اختلاف المعرفة المكتسبة من وسائل الإعلام بين الجمهور البحريني

ميثاق العمل الوطني نموذجًا

سلسلة دراسات 2017

نوّاف أحمد عبدالله



bipd.org

معهد البحرين للتنمية السياسيّة
مبنى 362
طريق 3307
أم الحصم 333
ص.ب 55066
هاتف 1444 1782 (973+)

اختلاف المعرفة المكتسبة من وسائل الإعلام بين الجمهور البحريني

ميثاق العمل الوطني نموذجًا

سلسلة دراسات 2017

رقم الناشر الدولي (ISBN)

978-99958-54-37-9

رقم الإيداع بإدارة المكتبات العامة

954/د.ع/2016

توجه جميع المراسلات على العنوان التالي:

معهد البحرين للتنمية السياسية

ص.ب: 55066

هاتف: 444 821 17 973+

bipd.org

إعداد:
نـوّاف أحـمـد عبـداللّه

المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

مرسوم إنشاء المعهد

مرسوم رقم (39) لسنة 2005م (المواد الثلاث الأولى)

بإنشاء وتنظيم

معهد البحرين للتنمية السياسيّة

المعدّل بالمرسوم رقم (41) لسنة 2008 والمرسوم رقم (81) لسنة 2009

نحن حمد بن عيسى آل خليفة ملك مملكة البحرين

بعد الاطّلاع على الدستور،

وعلى قانون البلديات الصادر بالمرسوم بقانون رقم (35) لسنة 2001،

وعلى المرسوم بقانون رقم (3) لسنة 2002 بشأن نظام انتخاب أعضاء المجالس البلدية،

وعلى المرسوم بقانون رقم (14) لسنة 2002 بشأن مباشرة الحقوق السياسيّة،

وعلى المرسوم بقانون رقم (15) لسنة 2002 بشأن مجلسي الشورى والنواب،

وعلى المرسوم بقانون رقم (54) لسنة 2002 بشأن اللائحة الداخلية لمجلس النواب،

وعلى المرسوم بقانون رقم (55) لسنة 2002 بشأن اللائحة الداخلية لمجلس الشورى، وبناء على عرض رئيس مجلس الوزراء،

رسمنا بالآتي:

مادة - 1 -

ينشأ معهد متخصص للتدريب، يسمى «معهد البحرين للتنمية السياسيّة» يلحق بمجلس الشورى، ويشار إليه في هذا المرسوم بكلمة «المعهد».

مادة - 2 -

يهدف المعهد، في إطار الأسس والمبادئ الدستورية والقانونية، إلى تحقيق الأغراض التالية:

1. نشر ثقافة الديمقراطية ودعم وترسيخ مفهوم المبادئ الديمقراطية السليمة.
2. توفير برامج التدريب والدراسات والبحوث المتعلقة بالمجال الدستوري والقانوني لفئات الشعب المختلفة، وبوجه خاص الفئات التالية:
   (أ) أعضاء مجلسي الشورى والنواب وبعد التنسيق مع المجلسين.
   (ب) أعضاء المجالس البلدية وبعد التنسيق مع هذه المجالس.
   (ج) العاملين في وزارات الدولة والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة ومؤسسات المجتمع المدني.
3. نشر وتنمية الوعي السياسي بين المواطنين وفقاً لأحكام الدستور ومبادئ ميثاق العمل الوطني.
4. دعم وتنمية البحوث العلمية في مجال النظم السياسيّة والقانون الدستوري.
5. دعم التجربة البرلمانية من خلال شرح آلياتها، وأساليب عملها، وبيان دور السلطة التشريعية الرقابي والتشريعي.
6. دعم تجربة المجالس البلدية، ودورها في خدمة الوطن والمواطن.
7. ترسيخ مبدأ المشروعية وسيادة القانون.
8. توفير البرامج المتعلقة بالدراسات الخاصة بحقوق الإنسان وفقاً لأحكام الدستور، ومبادئ ميثاق العمل الوطني.
9. دعم المراكز والجمعيات القائمة على حماية حقوق الإنسان.
10. تدريس أسس وأطر ومبادئ المشروع الإصلاحي الحديث لمملكة البحرين وفقاً لأحكام الدستور، ومبادئ ميثاق العمل الوطني.
11. تعزيز ونشر ثقافة الحوار وتبادل الرأي.
12. إعداد مؤهّلين للانخراط في العمل السياسي.

مادة - 3 -

يباشر المعهد كافة المهام والصلاحيات اللازمة لتحقيق أغراضه، وله بوجه خاص ما يلي:

1. تحديد برامج التدريب والدراسة والبحوث التي تلائم مختلف فئات الشعب.
2. عقد دورات تدريبية خاصة بالثقافة الديمقراطية لمختلف فئات الشعب.
3. عقد الندوات واللقاءات المختلفة لجميع فئات الشعب؛ من أجل تنمية الوعي بالمشاركة في الحياة السياسيّة بمختلف أشكالها.
4. جمع ونشر وحفظ الوثائق والمبادئ والأبحاث والمعلومات الدستورية وغير ذلك؛ ممّا يساعد على نشر ثقافة الديمقراطية.

كلمة المعهد

بات الإعلام في العصر الراهن، سواء الإعلام التقليدي أو الجديد، لاعبًا أساسيًا في تشكيل وعي الشعوب واتجاهات الرأي العام، بما تمتلكه الرسالة الإعلامية، بكافة أنواعها ومكوّناتها، من أدوات وإمكانات ضخمة، تتيح لها الوصول إلى شرائح المجتمعات المختلفة، وممارسة أدوار متعدّدة من التوجيه، والتثقيف، والتأثير، في أنماط السلوك السياسي والثقافي والاجتماعي وغيرها، لاسيما مع التقدم التقني والمعلوماتي الهائل الذي شهدته السنوات الأخيرة، والذي مكّن الإعلام من تحديث وتطوير أدواته، بشكل جعلها أكثر تفاعلاً وتواصلاً مع الأحداث وجمهور المتابعين لكافة الوسائل الإعلامية، سواء المقروءة، أو المسموعة، أو المرئية.

وقد شهد الإعلام البحريني منذ انطلاق المشروع الإصلاحي لحضرة صاحب الجلالة الملك حمد بن عيسى آل خليفة عاهل البلاد المفدى، نقلة نوعية على صعيد تعزيز الحريات والانفتاح، ومنها حرية الرأي والتعبير، واتساع الفضاءات الإعلامية التي يمكن من خلالها التعبير عن الأفكار والآراء تجاه مختلف القضايا والموضوعات بكل شفافية.

شكّل ميثاق العمل الوطني الدعامة الأساسية لحرية الرأي والتعبير في مملكة البحرين؛ حيث كفل الميثاق الوطني الحقوق والواجبات التي يتمتع بها المواطنون، ومنها ما يختص بالحريات العامة، وهو ما نصّت عليه المادة من دستور مملكة البحرين، من أنّ «حرية الرأى والبحث العلمى مكفولة، ولكل إنسان حق التعبير عن رأيه، ونشره بالقول، أو الكتابة، أو غيرهما، وذلك وفقا للشروط والأوضاع التى يبيّنها القانون، مع عدم المساس بأسس العقيدة الإسلامية، ووحدة الشعب، وبما لا يثير الفرقة أو الطائفية».

وفي هذا الإطار تسلط الدراسة التي أعدّها الباحث نوّاف أحمد عبد الله، الضوء على جانب مهم يرتبط بميثاق العمل الوطني؛ حيث تتخذ الدراسة من الميثاق نموذجًا؛ بهدف التعرف على مستويات المعرفة المكتسبة لدى الجمهور البحريني، من خلال وسائل الإعلام، بشأن ميثاق العمل الوطني، وذلك من خلال منهجية بحثية تقوم على المسح والاستبيان لاستطلاع آراء الجمهور البحريني، ورصد دور وسائل الإعلام في إكسابهم المعلومات المختلفة حول الميثاق، وبالتالي التعرف على مدى تأثير وسائل الإعلام في مستويات المعرفة، وردم الفجوة المعرفية تجاه حدث تاريخي شكّل نقلة حضارية في تاريخ مملكة البحرين ككلّ.

وتأتي الدراسة كجزء من التزام معهد البحرين للتنمية السياسية بنشر وتنمية الوعي السياسي بين المواطنين وفقًا لأحكام الدستور ومبادىء ميثاق العمل الوطني، ودعما للبحوث العلمية الهادفة التي تصب في هذا الإتجاه بما يسهم في نشر ثقافة الديمقراطية وتعزيز المكتسبات التي حققتها المملكة على كافة الأصعدة.

المقدّمة:

تعود أهمية الإعلام في أي بلد من البلدان إلى أنه هو ذلك الذي يعكس آمال الشعب، وينبّه إلى السلبيات، ويحدّد الاتجاهات القومية، ويكون مدرسة للرأي العام، ويصبح همزة وصل بين المواطن ومجتمعه، وإنّ الإنسان يشكل عقليًا من خلال الإعلام الذي يلاحقه أينما كان، ويؤثر على سلوكياته، ويضع له أبعاد حريته، ويدفع عجلة التطور أمامه. وكلما كان الإعلام أمينًا في أداء واجبه فإنّ الأمة بكل طوائفها وفئاتها تستطيع أن تساهم في بناء مجتمعها، وعن طريق رسالة الإعلام الناجحة وتحمل أجهزته لكافة المسئوليات الملقاة على عاتقه، ينمو وجدان الشعب وينضج عقله، ويصبح قادرًا على التفريق بين الحق والباطل وبين الأصل والتزييف. كما أنّ الإعلام يعمل بمثابة وكيل عن المواطن، بحيث تنقل إليه بواسطة وسائل الإعلام المنشورة، والمرئية، والمسموعة ما تتبيّنه من هذه الأمور كي يصبح بإمكانه التصرف وفق ما حصل عليه من معلومات.

وتعتبر وسائل الإعلام حارس الأمة الأمين والمعلم الأول لحقوق المواطن والمرشد له في أداء واجباته، وفي عالمنا المعاصر، ولا يزال تطور الإعلام ظاهرة شديدة التعبير عن درجة نمو البلاد الحضاري والإنساني. والوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام عديدة، فالوظيفة الأولى هي بالطبع نقل وتفسير الأنباء والتعليق عليها، كما أصبحت لوسائل الإعلام أداة وثائقية يرجع إليها، ويضاف إلى ذلك أن متابعة وسائل الإعلام تساعد على مزج الإنسان في جسم المجتمع والإحساس بقضاياه ومشاكله، وتدعوه للمشاركة في بناء مستقبله. فوسائل الإعلام بحق هي إحدى الأدوات المساعدة على القضاء على انزواء الفرد وسلبيته.

ومن هذه المعلومات يأتي ميثاق العمل الوطني الذي يعتبر وثيقة سياسية صدرت في ديسمبر 2000م وتضمّنت مبادئ عامة وأفكارًا أساسية بهدف تحديد مسارات العمل الوطني حاضرًا ومستقبلًا، وقد أجري استفتاء شعبي في 14 فبراير 2001 أظهر موافقة أغلب البحرينيين عليه بنسبة (98.4%)؛ حيث إن ميثاق العمل الوطني يعتبر بمثابة ذروة التطور الديمقراطي في البحرين؛ إذ تضمن الكثير من المبادئ السياسية والاقتصادية التي تؤكد النهج الديمقراطي الانفتاحي لملكة البحرين[1]. وبين وسائل الإعلام ودورها وميثاق العمل الوطني، تبقى العلاقة حيث إنّ وسائل الإعلام تقوم بالدور الأعظم في توعية المواطنين بمبادئ ميثاق العمل الوطني وكيفية التعاطي الإيجابي مع أحكامه ونصوصه وتفسيراته، فلا يكفي فقط أن يعي الناس مبادئه بل يجب أن يمتد هذا الوعي لتفسيرات هذه المبادئ والرؤى والاجتهادات الحاكمه لتطبيقاته في الحياة العامة للمجتمع البحريني.

وانطلاقًا من هذه القاعدة كانت هذه الرسالة التي أخذت على عاتقها دراسة اختلاف المعرفة المكتسبة من وسائل الإعلام بين الجمهور البحريني ميثاق العمل الوطني نموذجًا، منطلقة في ذلك من نظرية فجوة المعرفة، وهي دراسة تقع في إطار الدراسات الوصفية؛ ومن هنا فإنّ المسح الاجتماعي بالعيّنة يعتبر أسلوبًا أساسيًا أعتمد عليه الباحث في

1- http://www.bna.bh/portal/news/494279 وكالة أنباء البحرين، 1 نوفمبر 2012م

سعيه لتحقيق جملة أهداف، وقد اعتمد الباحث على أداة الاستبيان كأداة أساسية للحصول على البيانات، حيث قام بتصميم استمارة استبيان، تتضمن عددًا من التساؤلات تغطي أبعاد إشكالية الدراسة.

وقسّمت الدراسة إلى أربعة فصول، تناول الباحث في الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة من حيث مشكلة الدراسة وأهميتها وإطارها المفاهيمي إلخ...، أمّا الفصل الثاني فقد تناول النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة الحالية في إطارها النظري، وهي نظرية فجوة المعرفة ومراحل تطورها، وذلك في المبحث الأول، أمّا المبحث الثاني فقد تناول فيه المستويات التطبيقية لفروضها.

وتناول الفصل الثالث وسائل الإعلام وأهميتها ودورها في تنمية المجتمع، وذلك من خلال مبحثين تناول في الأول دور وسائل الإعلام وأهميتها وتطور هذه الأهمية في إطار ما أطلق عليه ثورة الاتصالات، كما تطرق إلى أهمّ الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام في العصر الحديث، أمّا المبحث الثاني فقد تناول فيه أهم وسائل الإعلام المؤثرة في تنمية الوعي لدى الجماهير طبقًا للدراسات والبحوث التي أجريت في هذه الدراسة.

أما المبحث الثالث في الفصل نفسه، فقد انتقل فيه لتناول الشق الثاني من هذه الرسالة وهو المتعلق بميثاق العمل الوطني حيث سلط الضوء فيه على بعده التاريخي والبيئة السياسية والاجتماعية والاقتصادية المرتبطة بوجوده وكيف تم إنشاؤه، وما هي الرؤى المختلفة التي تداخلت لتخرجه بهذه الوضعية التي هو عليها الآن.

وتطرق الباحث في الفصل الرابع إلى نتائج الدراسة الميدانية التي قام بها، مستعرضًا من خلال المبحث الأول خصائص عيّنة الدراسة، ثم المؤشرات التحليلية للدراسة الميدانية، ثم نتائج اختبار فروض الدراسة، وانتهت الدراسة بعرضٍ لأهمّ النتائج التي توصل إليها الباحث، كما قدّم مجموعة من التوصيات، ثم اختتم بمصادر وملاحق الدراسة، وأخيرًا بملخّصات الدراسة.

نوّاف أحمد عبدالله

الفصل الأوّل

الإطار المنهجيّ للدراسة

مشكلة الدراسة:

تعتبر وسائل الإعلام بمختلف أنواعها مصدرًا مهمًّا من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير تجاه الجماهير المختلفة والمتباينة في اهتماماتها وتوجهاتها ومستوياتها الفكرية والأكاديمية والاجتماعية وغيرها، أي أنها تعمل على تشكيل البناء الإدراكى والمعرفى للفرد أو المجتمع، ويساهم هذا البناء في تشكيل رؤية الفرد والمجتمع تجاه قضايا المجتمع، والقدرة على تحليلها واستيعابها ؛لاتخاذ السلوك المناسب حول هذه القضايا، فوسائل الإعلام قادرة على تغيير سلوك وأنماط المجتمع، وقد يكون تأثير وسائل الإعلام فى بعض الأحيان قويًا جدًا وقادرًا على نشر نمط سلوكى وثقافي واجتماعى، ينتهجه الفرد أو المجتمع، وفى بعض الأحيان يكون تأثير وسائل الإعلام أقل تأثيرًا، ويستطيع الفرد أو المجتمع الخروج من النمط الفكري والمجتمعى والسياسى الذي ترسمه وسائل الإعلام، ويتوقف ذلك على مدى رغبة الفرد أو المتلقّي للتعرض للرسائل والمعلومات التى تبثها وسائل الإعلام المختلفة[2].

تمتلك وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية العديد من الوظائف المتميزة، أهمها الإعلام والتثقيف والتوعية وتنمية المعرفة لدى أفراد المجتمع، وتشكيل اتجاهاتهم في مختلف الأمور، من خلال ما تقدمه في مضامينها من أخبار ومعلومات؛ لكي تساعدهم في اتخاذ قرارات سليمة حول تلك القضايا، وعليه يجب أن يحصلوا على معلومات صحيحة، وتصلهم في الوقت المناسب، وتكون غير منحازة ومتكاملة، وذلك من خلال الاطلاع على أكثر من وسيلة إعلامية بشأن تلك القضايا.

وعليه أصبح من الضرورة التعرف على مستويات المعرفة المكتسبة من وسائل الإعلام بين الجمهور البحريني (التلفزيون المحلي، الإذاعة، الصحف، القنوات الفضائية)، وما تقدمه هذه الوسائل من أخبار وموضوعات تتعلق بميثاق العمل الوطني، ولذلك يسعى الباحث في هذه الدراسة إلى التعرف على اختلاف ألوان المعرفة المكتسبة من وسائل الإعلام بين الجمهور البحريني، وميثاق العمل الوطني نموذجًا، وذلك في ضوء بعض المتغيرات التي تؤثر على مستويات المعرفة المكتسبة مثل معدل التعرض لوسائل الإعلام ودرجة الاهتمام بالموضوعات التي تؤثر في حياتهم العامة، والخلفية المعرفية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي والمتغيرات الديمغرافية.

2- http://mkleit.wordpress.com/2012/06/01/

أهمّية الدراسة:

1. تتناول الدراسة دور وسائل الإعلام في إكساب الجمهور البحريني المعلومات المختلفة حول ميثاق العمل الوطني.
2. تعد الدراسة اختبارًا لنظرية فجوة المعرفة من خلال التعرف على تعرض الجمهور البحريني لوسائل الإعلام، وعلاقته بمستوى المعرفة المكتسبة بميثاق العمل الوطني، وذلك بين فئات الجمهور المختلفة وغيرها من المتغيرات.
3. تدعيم اتجاه البحث الذي يتمثل في اعتماد الباحثين على نظريات التأثير لوسائل الإعلام في تطوير الفروض واختبار العلاقات بين المتغيرات المختلفة.
4. قلة الدراسات التي تناولت دور وسائل الإعلام في مستوى معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني.
5. أهمية ميثاق العمل الوطني في مملكة البحرين؛ باعتباره نقطة تحوّل في تاريخها الحضاري.

أهداف الدراسة:

1. رصد معدل تعرض الجمهور البحريني لوسائل الإعلام وتأثير هذا التعرض على مستوى المعرفة المكتسبة من ميثاق العمل الوطني.
2. التعرف على نوعية الموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني التي تحظى باهتمام الجمهور البحريني.
3. الكشف عن مدى اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الإعلام في معرفة ميثاق العمل الوطني، وتأثير هذا الاعتماد على مستوى المعرفة المكتسبة وإحداث الفجوة المعرفية بين فئات الجمهور.
4. معرفة مدى اهتمام الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني.
5. الكشف عن مدى ثقة الجمهور البحريني في تناول وسائل الإعلام لميثاق العمل الوطني.
6. رصد اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لميثاق العمل الوطني.
7. التعرف على تأثيرات التفاوت في المستوى الاجتماعي الاقتصادي بين فئات الجمهور البحريني على مستوى المعرفة المكتسبة بميثاق العمل الوطني.
8. الوصول إلى مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي) على درجة اكتساب المعرفة من وسائل الإعلام حول ميثاق العمل الوطني.

فروض الدراسة:

تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض التالية:

- **الفرض الأول:**

توجد علاقة ارتباطية بين معدل تعرض الجمهور البحريني لوسائل الإعلام (التلفزيون المحلي، الإذاعة، الصحف، القنوات الفضائية) ومستوى المعرفة المكتسبة بميثاق العمل الوطني.

- **الفرض الثاني:**

توجد علاقة ارتباطية بين درجة اهتمام الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني ومستوى المعرفة المكتسبة.

- **الفرض الثالث:**

توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الإعلام (التلفزيون المحلي، الإذاعة، الصحف، القنوات الفضائية) كمصدر للمعلومات بميثاق العمل الوطني ومستوى المعرفة المكتسبة.

- **الفرض الرابع:**

يوجد اختلاف في مستوى المعرفة المكتسبة حول ميثاق العمل الوطني بين فئات الجمهور الأعلى والأقل في المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

- **الفرض الخامس:**

يوجد اختلاف في درجة اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الإعلام (التلفزيون المحلي، الإذاعة، الصحف، القنوات الفضائية) كمصدر للمعلومات عن ميثاق العمل الوطني وبين فئات الجمهور الأعلى والأقل في المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

- **الفرض السادس:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعرفة المكتسبة حول ميثاق العمل الوطني والمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي).

- **الفرض السابع:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لميثاق العمل الوطني والمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي).

تساؤلات الدراسة:

1. ما أنماط تعرض الجمهور البحريني لوسائل الإعلام (التلفزيون المحلي، الإذاعة، الصحف، القنوات الفضائية) وتأثير هذا التعرض على مستوى معرفتهم بميثاق العمل الوطني؟
2. ما هي الموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني التي تحظى باهتمام الجمهور البحريني؟
3. ما مدى اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الإعلام في معرفة ميثاق العمل الوطني؟
4. ما مدى اهتمام الجمهور البحريني بمتابعة ميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام؟
5. ما مدى ثقة الجمهور البحريني في تناول وسائل الإعلام لميثاق العمل الوطني؟
6. ما اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لميثاق العمل الوطني ؟
7. ما تأثير التفاوت الاجتماعي والاقتصادي بين فئات الجمهور على مستوى المعرفة المكتسبة لميثاق العمل الوطني؟
8. ما تأثير المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي) على مستوى المعرفة المكتسبة لميثاق العمل الوطني؟

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعمل على جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة، وذلك من خلال تحديد ماهية الأشياء، وتتفاوت درجة الوصف المطلوبة من دراسة لأخرى وفقًا لهدف الدراسة وتساؤلاتها، ويمكن للباحث استخدام المنهج الكمي والكيفي في هذه الدراسة[3].

كما تهدف البحوث الوصفية إلى تصوير وتقويم خصائص مجموعة معيّنة بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها من دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها وتقدير عدد مرات حدوث ظاهرة معيّنة ومدى ارتباطها

3- محمد بن عبد العزيز الحيزان. البحوث الإعلامية: أسسها - أساليبها - مجالاتها، ط 2 (الرياض: مطبعة سفير، 2003) ص 24.

بظاهرة أو مجموعة من الظواهر، وتعتمد الكثير من الدراسات في مجال الإعلام على البحوث الوصفية التي تستهدف وسائل الإعلام وخصائص الجمهور[4]، ومن هنا تسعى هذه الدراسة إلى رصد ووصف اختلاف المعرفة المكتسبة من وسائل الإعلام بين الجمهور البحريني، ميثاق العمل الوطني نموذجًا.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على المناهج العلمية التالية:

- منهج المسح الإعلامي (survey) الذي يعرف بأنه جهد علمي منظم للحصول على معلومات أو أوصاف عن ظاهرة أو الظواهر محل الدراسة، وهو أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإداراتهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، وهو بهذا المفهوم يعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام[5]. وتتميز الدراسات التي تستخدم منهج المسح بأنها تعتمد على جمع البيانات والمعلومات، وإيجاد العلاقة بين هذه المعلومات للوصول إلى الحقائق[6].
- منهج العلاقات الارتباطية لدراسة العلاقة بين متغيرات الظاهرة وتحديد أبعادها وأهميتها في التأثير الكلي للظاهرة، ومن ثم التعرف على طبيعة المتغيرات واتجاه هذه العلاقات ودرجة الارتباط فيما بينها سواء سلبًا أو ايجابيًا[7].

4- سمير حسين. بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط 2 (القاهرة: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 2006) ص 121- 123.

5- سمير حسين. بحوث الإعلام: الأساس والمبادئ، ط 1 (القاهرة: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1991) ص 99.

6- Phillips, Estelle M,Pugh D. (1996). How to Get a ph D: A Handbook for student and Their Supervisors New Dechi: UBS Publishers Distridutors LTD, P.41.

7- محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 1 (القاهرة: عالم الكتب، 2000) ص 199- 200.

مفاهيم الدراسة:

المقصود بمفاهيم الدراسة: مجموعة من المصطلحات تتناول بالشرح في معظمه مفاهيم تتضمنها التساؤلات والفرضيات[8].

وسائل الإعلام: هو مصطلح على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو أخرى غير ربحية، عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر الأخبار و نقل المعلومات[9]. وقد حدد الباحث وسائل الإعلام في الدراسة الحالية في (التلفزيون المحلي، الصحف، الإذاعة، القنوات الفضائية).

المعرفة المكتسبة: هي المعلومات التي تكتسب من خلال الاتصال والبحث أو التعليم أو الملاحظة عن الأفراد، والأماكن والأشياء والموضوعات[10]. كما تعتبر مجموعة من المعاني والمعتقدات والمفاهيم والتصورات الفكرية التي تتكون لدى الإنسان نتيجة لمحاولاته المستمرة لفهم الظواهر والأشياء المحيطة به[11].

ميثاق العمل الوطني: هو وثيقة سياسية صدرت في ديسمبر 2000 وتضمنت مبادئ عامة وأفكارًا أساسية بهدف تحديد مسارات العمل الوطني حاضرًا ومستقبلاً.

وقد أجري استفتاء شعبي في 14 فبراير 2001 أظهر موافقة البحرينيين عليه بنسبة (98.4%)، حيث إنّ ميثاق العمل الوطني يعتبر بمثابة ذروة التطور الديمقراطي في البحرين، إذ تضمن الكثير من المبادئ السياسية والاقتصادية التي تؤكد النهج الديمقراطي الانفتاحي للبحرين[12].

مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة هو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عيّنة الدراسة، وهو المجتمع الذي يرغب في تعميم النتائج عليه[13]، وهو جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، وهو يمثّل الجمهور المستهدف الذي يهدف الباحث لدراسته وتعميم نتائج الدراسة عن كل مفرداته، إلّا أنه تصعب الوصول إليه الأمر الذي يتعين على الباحث اختيار عينة ممثلة منه[14].

8- محمد بن عبد العزيز الحيزان. البحوث الإعلامية: أسسها - أساليبها - مجالاتها، مرجع سابق، ص34.

9- http://30dz.justgoo.com/t139-topic مفهوم وسائل الإعلام، 6 أغسطس 2012م

10- عاطف عدلي العبد. الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية (القاهرة: دار الفكر العربي، 1989) ص 180-171.

11- السيد عبد العاطي السيد. علم اجتماع المعرفة (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 1998) ص 4.

12- http://www.bna.bh/portal/news/494279 وكالة أنباء البحرين، 1 نوفمبر 2012م

13- فرج كامل. بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها، ط 1 (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2001) ص 88.

14- محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 158.

ويتمثل مجتمع الدراسة الحالية في الجمهور البحريني الذي يتعرض لوسائل الإعلام في المحافظات الخمس بمملكة البحرين (العاصمة، المحرق، الوسطى، الشمالية، الجنوبية) حيث بلغ إجمالي عدد سكان مملكة البحرين (570.687) وذلك وفقًا لتعداد السكان لسنة 2010م.

جدول رقم (1)

توزيع مجتمع الدراسة حسب المحافظة

المحافظة	العدد
محافظة العاصمة	67.861
محافظة المحرق	102.659
المحافظة الشمالية	194.840
المحافظة الوسطى	172.263
المحافظة الجنوبية	33.064
المجموع	570.687

ويوضح الجدول السابق توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير المحافظة، ويتبين أن أعلى نسبة في المحافظة الشمالية وبلغت (194.840)، ثم سكان المحافظة الوسطى (172.263)، ثم سكان محافظة المحرق، ثم سكان محافظة العاصمة، وأقل نسبة سكان كانت للمحافظة الجنوبية في مجتمع الدراسة[15].

عيّنة الدراسة:

تعدّ عملية المعاينة Sampling هي اختيار عدد من المفردات من المجتمع بأسلوب يجعل الجزء يمثّل الكل، وذلك نتيجة لضخامة مجتمعً الدراسة أو تشتت مفرداته من ناحية أو تجانسها في الخصائص من ناحية أخرى[16]، وعليه اعتمد الباحث في اختيار عيّنة الدراسة وفق أسلوب العيّنة العشوائية البسيطة والتي تعني تكافؤ الفرص لجميع عناصر المجتمع لتكون إحدى مفردات العيّنة، ويتم اختيارها إمّا باستخدام القرعة أو جدول الأرقام العشوائية، وكذلك يكون اختيار كل مفردة مستقلا عن الأخرى[17]، حيث قام الباحث بتوزيع (400) استمارة استبيان على الجمهور

15- http://www.cio.gov.bh/cio_ara/SubDetailed.aspx?subcatid=594 الجهاز المركزي للإحصاء، 25 نوفمبر 2012

16- محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 199- 200.

17- محمد شفيق. البحث العلمي مع تطبيقات في مجال الدراسات الاجتماعية (الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2006) ص 190.

البحريني في جميع محافظات مملكة البحرين، هذا وقد بلغت عيّنة الدراسة (400) مفردة من الجمهور البحريني، ذكور (277) والإناث (123)، والجدول التالي يوضح توزيع عيّنة الدراسة:

جدول رقم (2)

توزيع عيّنة الدراسة حسب المحافظة

المحافظة	عيّنة الدراسة	
	العدد	النسبة المئوية
محافظة العاصمة	48	%19.5
محافظة المحرق	72	%12.5
المحافظة الشمالية	132	%30.5
المحافظة الوسطى	124	%26.5
المحافظة الجنوبية	32	%11
المجموع	400	%100

ويوضح الجدول السابق توزيع عّينة الدراسة حسب متغير المحافظة، وجاءت نسبة محافظة العاصمة (48)، والمحافظة الوسطى ما نسبته (124) مفردة، والمحافظة الشمالية ما نسبته (132) مفردة، ومحافظة المحرق والتي بلغت (72) مفردة، ونسبة المحافظة الجنوبية (32) مفردة من عيّنة الدراسة.

متغيرات الدراسة:

تنقسم المتغيرات إلى:

المتغير المستقل (Independent Variable): هو المتغير الفاعل في حركة الظاهرة، فإذا كان البحث عن العلاقة بين السبب والنتيجة يكون هو السبب في حدوثها، وإذا كان البحث عن علاقة التأثير يكون هو العنصر المؤثر، ويترتب على حركة هذا المتغير النتائج التي تحدث في الظاهرة أو التأثير بحركته.

المتغير التابع (Dependent Variable): وهو الذي يحدث نتيجة لوجود المتغير المستقل أو يتأثر به، كما توجد متغيرات أخرى تساهم بشكل أو بآخر في تفعيل المتغير المستقل وقيامه بدوره في العلاقة مع المتغير التابع وهو المتغير الوسيط.

المتغير الوسيط (Intervening Variable): وهو تأكيد للعلاقة بين كل من المتغير المستقل والمتغير التابع؛ باعتباره متغيرًا محركًا أو دافعًا للمتغير المستقل[18].

ويعدّ تعرض الجمهور البحريني لوسائل الإعلام هو المتغير المستقل الرئيسي، والذي يؤدي إلى حدوث المتغير التابع، وهو مستوى المعرفة والمعلومات المكتسبة حول الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، وذلك بعد تدخل المتغيرات الوسيطة مثل درجة الاهتمام، المستوى الاجتماعي والاقتصادي، وبعض المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي).

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبيان في جمع البيانات، حيث يعتبر من أكثر طرق البيانات شيوعًا في العلوم الاجتماعية، وفي الدراسات الإعلامية؛ نظرًا لتنوعه وتعدد أشكاله، ممّا يجعله يخدم أغراضًا مختلفة في البحوث الإعلامية المختلفة[19].

وقد مرّ إعداد صحيفة الاستبيان بعدة خطوات، وهي كالتالي:

- مرحلة تحديد أهداف الاستمارة، وهي المرحلة الأولى من مراحل إعداد استمارة الاستبيان، حيث إنه إذا اتسمت الأهداف بالوضوح والدقه فإنّها تصل إلى النتائج المطلوبة.
- تحديد البيانات المطلوب جمعها وإعداد رؤوس الموضوعات التي ستشملها استمارة الاستبيان بالاسترشاد بأهداف الدراسة.
- كتابة الأسئلة التي تغطي محاور الاستمارة.

وقد قام الباحث بإعداد صحيفة الاستبيان من خلال:

- الرجوع إلى بعض المصادر والمراجع المرتبطة بأعداد صحيفة الاستبيان وبعض الدراسات السابقة.
- تحديد أسئلة الاستبيان في ضوء مشكلة الدراسة الحالية وصياغة فروض الدراسة، وكذلك تحديد عيّنة الدراسة التي ستطبق عليها صحيفة الاستبيان.

18- محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 144.

19- أحمد بدر. مناهج البحث والاتصال والرأي العام والإعلام الدولي (القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998) ص 145.

- تم إعداد صحيفة الاستبيان في شكلها الأولي على هيئة أسئلة، وذلك لمراعاة صدق المحتوى من خلال التأكد من أنّ العبارات التي تتضمنها الصحيفة تغطي أبعاد المشكلة مع مراعاة التسلسل المنطقي لهذه الأسئلة، وقد اعتمدت أسئلة الاستبيان على الأسئلة المغلقة؛ وذلك لتسهيل الأمر من حيث الوقت المطلوب للإجابة على الصحيفة، إضافة إلى سهولة جمع البيانات وتفريغها وتحليلها.

- قام الباحث بعرض صحيفة الاستبيان على مجموعة من المحكّمين من الخبراء والأكاديميين المتخصصين، لأبداء آرائهم حول الاستمارة من ناحية العبارات ومدى انتمائها للمحاور التي أدرجت تحتها، والتأكد من وضوح صياغة العبارات ومدى ملاءمتها لعيّنة الدراسة، ولقياس ما وضعت من أجله، وإمكانية تعديل أو حذف أو إضافة بعض العبارات.

- قام الباحث بتعديل بعض العبارات واستبعاد العبارات غير الواضحة أو المكررة، وذلك من خلال إجراء مقارنة بين كل ما أبداه السادة المحكّمون من آراء وملاحظات حول عبارات أسئلة الاستبيان، ثم تمّ الأخذ بالآراء الأكثر اتفاقاً نحو المفردات من حيث الحذف والتعديل.

- تمّ تطبيق الاختبار القبلي Pre-Test لاستمارة الاستبيان في شكلها الأولي على نسبة (5%) من إجمالي حجم العيّنة بواقع (20) مفردة، وذلك بهدف التعرف على:
  - مدى فهم المبحوثين لأسئلة وعبارات الاستبيان.
  - العبارات التي تحتاج إلى تعديل أو توضيح.
  - الفترة الزمنية التي تتطلبها الإجابة على تساؤلات صحيفة الاستبيان.
  - المشكلات التي يمكن أن يواجهها الباحث في العمل الميداني.

وبناء على الاختبار القبلي تم تعديل صياغة بعض الأسئلة وإضافة بعض الدلائل:

- تم صياغة صحيفة الاستبيان في صورتها النهائية بعد إبداء آراء المحكّمين وتوجهاتهم وبناء على نتائج الاختبار القبلي للاستمارة تمت صياغتها في الشكل النهائي التي تم تطبيقها على عيّنة الدراسة.

- تمت المراجعة المكتبية للاستمارة بعد إجراء الدراسة الميدانية، حيث قام الباحث بمراجعة الاستمارات وترقيمها، للتأكد من وضوح الإجابات واستبعاد الاستمارات التي لا تحقق القدر المطلوب من الإجابة والتي لم تكتمل بياناتها.

إجراءات الصدق والثبات:

1- صدق القياس:

اعتمد الباحث في قياس صدق صحيفة الاستبيان على أسلوب الصدق الظاهري، حيث تم عرضها على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام والعلاقات العامة[20]، كما قام بحساب الاتساق الداخلي لأبعاد صحيفة الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ.

وللتعرف على مؤشرات صدق الاتساق الداخلي للمقياس قام الباحث بحساب قيم معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين كل عبارة ومحورها الذي تنتمي إليه، كما هو موضح في الجداول التالية:

جدول رقم (3)

مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات أسباب متابعة وسائل الإعلام

العبارة	قيمة معامل ارتباط بيرسون
تساعدني على فهم الواقع من حولي	.617(**)
تقوم بإزالة الغموض عن القضايا المختلفة	.736(**)
تساعدني في الحصول على المعلومات	.623(**)
قدرتها على تفسير الأحداث الجارية	.665(**)
تقدم وجهات النظر الموضوعية المختلفة	.553(**)
تراعي التغطية الشاملة في عرض الموضوعات	.641(**)
تهتم بتحليل القضايا بشكل جيد	.690(**)
تناقش الموضوعات والآراء بحيادية	.626(**)
قدرتها على التغطية الفورية للأحداث	.614(**)

** الارتباط دال إحصائيًا عند (α =0.01).

20- أسماء السادة المحكّمين:

د. هاني البطل، أستاذ الإعلام المشارك بجامعة المملكة.

د. عبد الصادق حسن، أستاذ الإعلام المشارك بالجامعة الأهلية.

د. هيثم جودة، أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الإمام محمد بن مسعود الإسلامية.

من خلال نتائج الجدول السابق يتبين أن مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور أسباب متابعة وسائل الإعلام كانت دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$)؛ لذا تم الإبقاء على جميع عبارات هذا المحور، ولم يتم حذف أية عبارة بناء على نتائج صدق الاتساق الداخلي.

جدول رقم (4)

مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات

أوجه الاستفادة من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني

العبارة	قيمة معامل ارتباط بيرسون
اكتساب معرفة ومعلومات جديدة	.629(**)
تعطيني الثقة بالنفس	.589(**)
تساعدني في مناقشة الموضوعات مع الآخرين	.657(**)
تزيد من وعيي بما يدور حولي من قضايا	.675(**)
السهولة في الحصول على معلومات	.647(**)
تساعدني في تكوين آرائي تجاه الموضوعات	.705(**)
تقدم حلولاً واقعية لبعض المشكلات التي أواجهها	.697(**)
أجد تفسيرات عن الموضوعات التي أحتاجها	.657(**)

** الارتباط دال إحصائيًا عند ($\alpha = 0.01$).

من خلال نتائج الجدول السابق يتبين أن مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور أوجه الاستفادة من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني كانت دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$)، لذا تم الإبقاء على جميع عبارات هذا المحور، ولم يتم حذف أية عبارة بناء على نتائج صدق الاتساق الداخلي.

جدول رقم (5)

مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات

الاتجاهات نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني

العبارة	قيمة معامل ارتباط بيرسون
تعرض وجهات النظر المختلفة حوله	.663(**)
تعالج الموضوعات بكفاءة وواقعية دون تحيز لموضوعات محددة فيه	.731(**)
تقدم تحليلات وافية ومتعمقة حوله	.750(**)
تقدم كل ما يحتاجه الجمهور من معلومات بشكل منسق وسهل نحوه	.724(**)
تسهم في توعية الجمهور بالجوانب الإيجابية حوله	.651(**)
تخاطب القارئ العادي في عرضها وتحليلها نحوه	.754(**)
تحرص على التركيز على بعض الموضوعات المتعلق فيه	.745(**)
تقوم بتوعية الجمهور بكافة الجوانب المتعلقة به	.705(**)
تتوافر فيها المصداقية العالية	.712(**)
تركز على الجوانب السلبية المتعلقة فيه	.738(**)
تقدم تفسيرا لجميع الموضوعات المتعلقة فيه	.685(**)
تشوه صورة بعض الموضوعات المتعلقة فيه	.599(**)
تقوم بعرض آراء خبراء ومتخصصين لتحليل الموضوعات المتعلقة فيه	.608(**)

** الارتباط دال إحصائيا عند (α =0.01).

من خلال نتائج الجدول السابق يتبين أن مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الاتجاهات نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني كانت دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة (α ≤0.01)، لذا تم الإبقاء على جميع عبارات هذا المحور، ولم يتم حذف أية عبارة بناء على نتائج صدق الاتساق الداخلي.

2- ثبات القياس:

تحقق الباحث من ثبات صحيفة الاستبيان عن طريق إجراء الاختبار البعدي Test - Rretest على نسبة (10%) على إجمالي العيّنة بواقع (40) مفردة بفاصل زمني أسبوعين من التطبيق الأول، حيث قام بحساب مؤشرات ثبات المقياس من خلال معادلة ألفا- كرونباخ، كما هو موضح كالتالي:

جدول رقم (6)

مؤشرات ثبات الاتساق الداخلي لمقياس الدراسة

المحور	قيمة ثبات الاتساق الداخلي
محور أسباب متابعة وسائل الإعلام	0.85
محور أوجه الاستفادة من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني	0.86
محور الاتجاهات نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني	0.90

يتبين من الجدول السابق أنّ مؤشرات الثبات بلغت (0.85) لمحور أسباب متابعة وسائل الإعلام، و(0.86) لمحور أوجه الاستفادة من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، و(0.90) لمحور الاتجاهات نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني، وهي قيم مقبولة لأغراض الدراسة الحالية.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم استخدام الحاسب الألي في تفريغ استمارات الاستبيان وجدولتها؛ بهدف التحليل واختبار العلاقات محل الدراسة من خلال برنامج التحليل الإحصائي في العلوم الاجتماعية (SPSS) وتطبيق المعاملات الإحصائية التالية:

- استخراج التكرارات والنسب المئوية للاستجابات.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معادلة ألفا كرونباخ لحساب مؤشرات الصدق والثبات الداخلي للمقياس.
- اختبار (ت) T.test لدراسة الفروق بين متوسطين حسابين لمجموعتين.

- اختبار (ف) F. Test تحليل التباين في اتجاه واحد One Way Anove لدراسة الدلالة للمتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين.
- اختبار شافية Multiple Comparison للمقارنات المتعددة لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يثبت اختبار Anova وجود فروق دالة إحصائيا بينهما.
- اختبار بيرسون correlation Person لدراسة العلاقة الارتباطية بين متغيرين.

مجالات الدراسة:

المجال الموضوعي: تعرض الجمهور البحريني لوسائل الإعلام وعلاقته بمستوى المعرفة بالأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني.

المجال البشري: الجمهور البحريني في جميع محافظات المملكة ذكورا وإناثًا.

المجال المكاني: قام الباحث بتطبيق الدراسة في محافظات مملكة البحرين الخمس (العاصمة، المحرق، الوسطى، الجنوبية، الشمالية).

المجال الزمني: تم تطبيق الدراسة الميدانية في الفترة من ديسمبر 2012 - يناير 2013.

الفصل الثاني

نظرية فجوة المعرفة

مراحل تطور نظرية فجوة المعرفة:

أظهرت الكثير من الدراسات أن وسائل الإعلام تقوم بدور فعال في التغلب على كثير من المعوقات والمشكلات المرتبطة بالمجتمع، على اعتبار أنها تساهم في توحيد جهود الأفراد وتعمل على تشجيع الجمهور على المساهمة في التطوير والإقلال من التوتر الاجتماعي. وفي المقابل شككت بعض الدراسات التي تم إجراؤها خصوصًا في الأربعينيات من القرن المنصرم في صحة هذا الاعتقاد، حيث أشارت إلى أن وسائل الإعلام لا تنجح دائمًا في نقل المعلومات إلى جميع فئات المجتمع بنفس الدرجة، وأن هناك مجموعة من الأفراد تبقى غير واعية تمامًا بالمعلومات[21]، وتشير هذه الدراسات إلى اختلاف اكتساب المعلومات بين الأفراد، وذلك وفقًا لمتغيرات وظروف معيّنة يجب أن تؤخذ في الحسبان، وذلك مثل مستوى التعليم أو مستوى اهتمام الأفراد أو مستوى الخلفية المعرفية لديهم، ولا تقلل تلك الدراسات من قدرة وسائل الإعلام على نقل المعلومات[22]، ولعلّ ذلك كان بداية ظهور فكرة نظرية فجوة المعرفة، التي تقوم على أساس وجود فجوة معرفية بين فئات الجمهور المختلفة حول القضايا المختلفة باختلاف العديد من المتغيرات.

وتعتمد الدراسة هنا في بنائها الأساسي على نظرية فجوة المعرفية، التي تهتم بالتأثير المعرفي لوسائل الإعلام وتحد من المبالغة في تقدير التأثير المتوقع لهذه الوسائل، فهذا التأثير محدود بمجموعة من المتغيرات التي يرتبط بعضها بالسمات الشخصية للجمهور المتلقى، في حين يرتبط البعض الآخر بالخصائص المميزة لكل وسيلة من وسائل الإعلام[23].

ظهرت هذه النظرية بعد رصد نتائج بحوث عديدة أشارت إلى أن قطاعات الجمهور المختلفة تحظى بقدر متوازن في الحصول على المعلومات المتدفقة من وسائل الاتصال الحديثة. وتعتمد هذه النظرية على الفرض التالي: يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلاً من النقصان[24].

وقد أيدت بحوث عديدة صحة هذه الفرضية في الولايات المتحدة الأمريكية، وأمريكا وأوروبا، وأمريكا اللاتينية، والشرق الأوسط، حيث أشارت إلى أن العوامل الاقتصادية الاجتماعية هي المحدد الرئيسي لاكتساب الجمهور للمعرفة[25].

21- همّت حسن عبد المجيد. دراسات في نظريات الإعلام، ط 1 (القاهرة: مصر العربية للنشر والتوزيع، 2009) ص 161.

22- محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام اتجاهات التأثير، ط 3 (القاهرة: عالم الكتب، 2004) ص 363.

23- Gajiano C., (1983) The Knowledge Gap: An Analytical Review of Medai Effects. Communiaction Research "Communication Research" Vol 10, P. 447-486.

24- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 8 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009) ص 339.

25- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 339.

المبحث الأول

الحقبة التاريخية للدراسات:

وتعد دراسة هيمان وشيتسلي (Hayman & Sheatsely) (1947) من أولى الدراسات التي تعرضت لدراسة العوامل التي تجعل الحملات الإعلامية تفشل في نقل المعلومات لجميع فئات الجمهور رغم كثافة التغطية الإعلامية، حيث أشارت إلى أن وسائل الإعلام لا تنجح دائمًا في نقل المعلومات لجميع فئات الجمهور، وأن هناك دائمًا عدم إنصاف بين قطاعات الجمهور المختلفة في استخدام المعلومات التي يتلقونها من وسائل الإعلام، وتنبأ الباحثون بالعواقب السلبية من هذا التفاوت[26].

كما أوضحت دراسة ستار وهجز (star and huges) (1950) أنّ الحملة الإعلامية للتعريف بالأمم المتحدة كانت ذات تأثر معرفي ضئيل، حيث لم يتأثر مستوى معرفة الأفراد بعد الحملة عن قبلها، كما أن الحملة لم تنجح في توصيل المعلومات إلى جميع أفراد المجتمع.

وعبرت دراسة روبنسون (Robinson) (1967) إلى وجود فجوة معرفية بشأن القضايا المختلفة بين الأفراد الأكثر تعليمًا ومتابعة لوسائل الإعلام مقارنة بالأفراد الأقل تعليمًا والأقل متابعة.

وكان روجرز (Rogers) سنة (1976) قد اقترح على ضرورة إعادة صياغة فرض فجوة المعرفة ليطبق على التأثيرات السلوكية والاتجاهية بدلًا من التأثيرات المعرفية، وليشمل الاتصال الشخصي المباشر بدلًا من التركيز على وسائل الاتصال الجماهيرية فقط، وأن الفجوة المعرفية ليست بالضرورة أن تحدث بين الفئات الأعلى والأدنى في المستوى الاجتماعي، وأنه ينبغي الأخذ بالاعتبار المتغيرات المرتبطة بعملية الاستقبال كتفوق مهارات الاتصال بين بعض الفئات والتي يمكن أن ترتبط بالفجوة المعرفية[27].

وقد استطاع تشينور (Tichenor) وآخرين تطوير فرض فجوة المعرفة عام (1970) بناء على ما توصل إليه روبنسون (Robinson) (1967) حيث أكد أن تدفق المعلومات يترتب عليه توسيع فجوة المعرفة بين الأفراد حتى الأفضل تعليما[28]، كما أنه مع تزايد المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام في المجتمع، فإن الطبقات الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي سيكتسبون المعلومات أسرع وأكثر من الطبقات المنخفضة في المستوى الاجتماعي الاقتصادي؛ ممّا يؤدي إلى اتساع فجوة المعرفة بين الطبقات المختلفة في المجتمع بدلًا من تضييقها[29].

26- Gajiano C.,(1983). The Knowledge Gap: An Analytical Review Of Media Effect, Op. Cit, P.447 - 486.

27- محمد عبد الوهاب فقيه. العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع المدني، رسالة دكتوراة، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2002) ص 59.

28- Robinson J.(1967),"World Affairs Information and Mass Media Exposure"Journalism Quarterly, vol. 44, P 23-31.

29- Tichenor P,G. Donohue & C. Olien (1973). Mass Media Knowledge and Social Control,Journalism Quarterly, vol.50.P. 562-659.

وقد اعتبر تشينور (Tichenor) أن مستوى التعليم هو المؤشر لتصنيف الأفراد إلى طبقات اجتماعية اقتصادية مرتفعة ومنخفضة، وأن فرض فجوة المعرفة لا تفترض أن الطبقات الدنيا في المجتمع ستبقى بدون معلومات تمامًا، ولكن أن يفترض أن ازدياد المعرفة سيحدث بشكل أكثر نسبيًا بين الطبقات العليا في المجتمع[30]، بالإضافة إلى المستوى الاجتماعي الاقتصادي والذي يحدده بمستوى التعليم ومتغيرات أخرى يمكن أن تساهم في اختلاف اكتساب المعرفة من وسائل الإعلام، وهذه المتغيرات ترتبط بشكل أساسي بالتعليم وهي[31]:

مهارات الاتصال:

حيث يؤدي ارتفاع مستوى التعليم إلى اكتساب الأفراد للمعلومات من وسائل الإعلام بفاعلية وبفهم أكبر.

الخلفية المعرفية:

يؤدي ارتفاع مستوى التعليم إلى توفير خلفية من المعلومات المختزنة والتي تساعد على استخدام أفضل للمعلومات الجديدة التي يتم اكتسابها من وسائل الإعلام.

الاتصال بالآخرين:

يساعد ارتفاع مستوى التعليم على زيادة الاتصالات الشخصية للأفراد حول القضايا العامة، وعلى زيادة قدراتهم على الاندماج في مناقشات حول مختلف الأمور، ويحقق لهم ذلك الرضا الداخلي كما يشبع لهم بعض الاحتياجات النفسية والاجتماعية.

الانتقاء:

ويشمل التعرض الانتقائي والإدراك الانتقائي والتذكر الانتقائي؛ حيث إن الأفراد الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي سيقومون بالبحث عن المضمون الذي يتعرضون له، ومن ثم ينتبهون أكثر ويتذكرون المعلومات التي تعرضوا لها بشكل أفضل.

30- أمل جابر صالح. دور الصحف والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الخارجية، رسالة ماجستير، غير منشوره (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1996) ص 8-7.

31- Tichenor P,G. Donohue & C. Olien (1973) OP. CIT. P.169.

نوع الوسيلة الإعلامية:

أفترض تشينورTichenor أن الوسائل المطبوعة ستؤدي إلى ارتفاع الفجوة المعرفية، في حين يؤدي استخدام التلفزيون بين الأفراد الأقل تعليمًا إلى ازدياد مستوى معرفتهم وتضييق الفجوة المعرفية، أي توقع أن يلعب التلفزيون دورًا في تحقيق المساواة المعرفية Knowledge Leveler .

وبناء على ذلك يقوم الافتراض الرئيسي الذي قدمه تشينور Tichenor على أنه كلما تزايدت نسبة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام في النظام المجتمعي عمومًا، تحدث فجوة في المعرفة وفي نوعية المعلومات بين الفئات ذات المستوى الاجتماعي الاقتصادي الأعلى التي تميل إلى اكتساب المعلومات بصورة أكبر مقارنة بالفئات ذات المستوى الأقل، ونظرًا لتباين الخلفيات المعرفية السابقة، ودرجة التواصل الاجتماعي وطبيعة المضامين المقدمة في وسائل الإعلام تؤثر درجة الاستجابة للمعلومات المقدمة عن طريق الانتقاء لهذه المعلومات بين الطبقات المختلفة[32]، وتؤثر الفروق الفردية والاجتماعية وطبيعة الأدوار الاجتماعية للفرد على طبيعة اكتساب المعلومات ونوعيتها، ومن ثم ظهور الفجوة من عدمه[33].

وفي محاولات لتطوير الفرض الأساسي لفجوة المعرفة وطرح بدائل أخرى لتفسير حدوث الفجوات المعرفية بين الطبقات المختلفة في المجتمع، اقترح إتيما وكلين Kline & Etema عام (1977) أن الاختلافات المعرفية بين الأفراد ترجع أساسًا إلى اختلاف مستوى الاهتمام وليس إلى اختلاف مستوى التعليم، وأن فجوة المعرفة ستوجد بين الأفراد المختلفين في مستوى اهتماماتهم ودوافعهم لاكتساب المعلومات، وأنّ هذه الفجوات تتلاشى أو تضيق بين الأفراد ذوي الاهتمامات المتشابهة أو المتساوية[34].

كما أيّدت عدد من الدراسات هذا الاتجاه، عندما اعتبروا أنّ العامل الرئيسي الذي يؤثر في اكتساب الجمهور هو اهتمامات الجمهور، فعلى سبيل المثال قدم جرينبرج وجينوفا (1979) Greenberge & Genova متغير الاهتمام كبديل للتعليم في فرض فجوة المعرفة، أي أنهما أعادا صياغة الفرض على أساس الاهتمام وليس التعليم، مؤكدين أن هذا النمو على أساس الاهتمام سيساعد بشكل أكبر في تفسير الاختلافات المعرفية بين جمهور وسائل الإعلام[35].

32- Denis Mcquail &Sven Windahl (1983). Communication Models. London:Longman, P.64-70.

33- G. A,Donohue et al .,(1986) "Metro Daily Pull Back & Knowledge Gap Within & Between Communication Research, Vol. 13,P.453-467.

34- Ehama J. and f. kline (1977). Deficits, Differences & Ceilings: Contingent Conditions For Understanding the Knowledge Gap" Communication Research, Vol. 4,P.179-202.

35- Genove B. & B. Greenbeng (1979). Interest in News & The Knowledge Gap"Public Opinion Quarterly, Vol.43, P. 79-91.

العوامل المؤثرة في فجوة المعرفة:

1- **نوع الموضوع:** حيث تشير الدراسات إلى أن الفجوات المعرفية تضيق في حالة الموضوعات المحلية، أو لا توجد أساسًا من البداية، في حين تتسع الفجوات المعرفية مع الأحداث القومية أو العالمية[36]، ويمكن تفسير بين نوع المضمون ومستوى اهتمام الأفراد، فعندما تكون القضية محلية يتواجد اهتمام بها؛ كما يوجد دافع قوي لفهم الموضوع ومناقشته مع الآخرين، في حين أنه في حالة الموضوعات القومية أو الدولية تصبح المعلومات أقل جاذبية؛ لضعف اهتمام الأفراد بهذه المعلومات، وبالتالي يختلف الدافع بين الأفراد لاكتساب المعلومات عن الأحداث المحلية أو العالمية مما يؤدي إلى اتساع الفجوة المعرفية[37].

كما أن توفر عنصر الصراع في الموضوع يقلل الفجوات المعرفية، بمعنى أن وجود صراع في قضية ما يجذب اهتمام الأفراد، وبالتالي يرفع معدل انتباههم واكتسابهم للمعلومات عن هذه القضية(38)، كما أن الفجوات المعرفية تظهر في المجتمعات النشطة ما دامت الموضوعات تتزايد في عددها ومحتواها، وتختلف نتائج كل فجوة عن الأخرى بتأثير نوع الموضوع أو محتواه(39).

2- **مستوى المعرفة:** اختلفت الدراسات التي قامت باختبار فرض فجوة المعرفة في نوع المعرفة التي تم قياسها، ففي حين اكتفى بعضها بقياس الوعي بالحدث (المعرفة العامة) Anwareness Knowledge، كما قامت بعض الدراسات بقياس المعرفة المتعمقة بموضوع معين والسؤال عن التفاصيل المرتبطة به، ووجدت أن تضييق الفجوة لا يوجد أساسًا إذا ما تم قياس المعرفة العامة أو الوعي بالموضوع[40].

3- **نوع الوسيلة:** توجد اختلافات في قدرة كل وسيلة على نقل المعلومات، كما أشارت نتائج بعض الدراسات، فالصحف تعمل على توسيع الفجوات في حين إنّ التلفزيون يقلل منها، حيث أشار تيتشنور Tichenor، إلى أنّ نقل المعلومات من خلال الصحف يعمل على توسيع الفجوة المعرفية؛ نظرا لأن الصحف هي الوسيلة المفضلة للأفراد ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع، في حين من المتوقع أن يلعب التلفزيون دورًا في تضييق الفجوات المعرفية بين الأفراد، وقد أكد هذا الرأي ماكويل وويندال Mcquail & Windhal وأرجعا ذلك لسببين: الأول أن التلفزيون وسيلة أكثر اتساعًا وأكثر محدودية بالنسبة للمضمون عكس الصحف، فكل صفحة في الصحيفة تصل

36- سوزان القليني. علم النفس الإعلامي، المداخل النفسية للإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية، 2002) ص 97.

37- Gandy H. &M.Elwaylly (1985).The Knowledge Gap & Foreigen Affairs: The Palestinian Israeli Conflict. "Journalism Quarterly" Vol. 62(4), P. 772-728.

38- Donohue G. , P. Tichenor & C. Olien (1975) "Mass Medai & The Knowledge Gap: Hypothesis Reconsidered"Communiaction Research, Vol.2, P.3-23.

39- محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 37.

40- Gajiano C., (1983) The Knowledge Gap: An Analytical Review of Medai Effects. Communiaction Research. Op. Cit, P.456.

إلى فئات متباينة بمحتوى مختلف، والسبب الثاني: أن التلفزيون يتمتع بثقة أكبر من الصحف فضلًا عن سعة انتشاره[41].

4- **وقت قياس المعرفة:** أشارت جازيانو Gazizno إلى أن الأساليب المنهجية المتبعة في قياس المعرفة يمكن أن تؤثر في نتائج بحوث فجوة المعرفة، فمن خلال تحليل 58 دراسة اختبرت فرص فجوة المعرفة وجدت الباحثة أن الدراسات التي تقيس المعرفة بعد تعرض الأفراد للأخبار أو المعلومات مباشرة غالبًا ما تجد فجوات ضيقة، في حين تجد الدراسات التي تقيس المعرفة بعد فترة من التعرض للمعلومات فجوات معرفية واسعة بين الأفراد الذين ينتمون إلى فئات اجتماعية اقتصادية مختلفة[42].

5- **التأثير التكنولوجي على فجوة المعرفة:** تشير نتائج العديد من الدراسات التي تحاول اختبار فرض فجوة المعرفة إلى أن وسائل الاتصال الحديثة التي يستخدمها الأفراد بشكل فردي مثل الكمبيوتر والانترنت والقنوات الفضائية وغيرها، قد تؤدي إلى اتساع الفجوة المعرفية بين الأفراد، فنحن نعيش اليوم في زمن تتغير فيه المعلومات بسرعة فائقة؛ ممّا يتسبب في وصول فئات من المجتمع إلى المعلومات بعد أن تكون قد أصبحت قديمة نسبيًا، وتكون فئات أخرى قد اكتسبت معلومات أحدث، فمسألة عدم المساواة المعلوماتية تكتسب أهمية كبيرة؛ لأن انتشار التلفزيون الكابلي والفضائي والكمبيوتر ومختلف أنواع النصوص البصرية التلفزيونية يؤدي إلى تأثيرات اجتماعية خاصة من زاوية الانتشار غير المتساوي اجتماعيًا للمعرفة، فأغنياء المعرفة يتطلبون معلومات خاصة تستطيع تقنيات الاتصال الجديدة فقط أن تقدمها، وهذا الاتجاه يعمق الفجوة بين متلقي الإعلام التقليدي وبين متلقي التقنيات الإعلامية الحديثة.[43]

41- مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد. نظريات الاتصال (القاهرة: دار النهضة العربية، 2006) ص 161.

42- Gazizno, C. (1983) Neighborhood News Papers, Citizen Groups & Know Ledge Gaps in Public Affairs Issue Journalism Quarterly. Vol.No.3 P. 556-566.

43- مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد. نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص162- 163.

المستويات التطبيقية لفروض نظرية فجوة المعرفة

المتغيرات المتعلقة بنظرية فجوة المعرفة:

1- **التعرض للوسيلة الإعلامية:** ترتبط كثافة التعرض لوسائل الإعلام بالمعرفة، أي أن الأفراد الذين يتعرضون بشكل أكبر لوسائل الإعلام هم الأكثر احتمالا أن يعرفوا المزيد من المعلومات عن مختلف القضايا[44].

2- **الاعتماد على الوسيلة:** ويعد اعتماد الجمهور على وسيلة إعلامية للحصول على المعلومات الخاصة بقضية معينة متغيرًا هامًا يرتبط بالمعرفة[45].

3- **الاهتمام:** ويعتبر اهتمامات الجمهور متغيرًا أساسيًا لاكتسابه للمعرفة، بمعنى أن الجمهور الأكثر اهتمامًا اكتسب المعرفة بشكل أكبر من الأقل اهتمامًا بغض النظر عن السمات المرتبطة بهذا الجمهور[46]، إنّ اكتساب المعرفة سيتم بشكل سريع بين الفئات الأكثر اهتمامًا، وذلك في المراحل الأولى من انتشار المعلومات عن حدث مستمر، في حين إنه لو استمرت المعلومات عن هذا الحدث لفترة طويلة نسبيًا فمن المتوقع أن تضيق الفجوة المعرفية أو تغلق[47].

4- **المعلومات المخزنة (الخلفية المعرفية):** فالمجموعات الأقل في المستوى تميل إلى اكتساب أقل مستويات من المعرفة المتعمقة، وأعلى مستويات من المعرفة السطحية، وبالتالي فالعواقب تكون خطيرة للمجموعات الأقل بالنظر إلى العديد من الموضوعات خاصة في مجال الصحة وأخبار السياسة والشئون العامة[48].

5- **المستوى الاجتماعي الاقتصادي:** ويعد المتغير الرئيسي لدراسة فرض فجوة المعرفة، واتفقت الدراسات على أن قطاعات الجمهور من ذوي المستوى الأعلى اجتماعيًا واقتصاديًا لديهم مستويات أعلى من المعرفة بالموضوعات العامة بالمقارنة بغيرهم من قطاعات الجمهور من ذوي المستوى الأقل اجتماعيًا واقتصاديًا، وتزداد هذه الفروق عندما تتدفق المعلومات عن قضية من خلال وسائل الإعلام وعندما تصبح معظم المعلومات ذات فائده للمجتمع[49]، ويرى جازيانو Gazizno أن قطاعات الجمهور الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي غالبًا ما يكون أكثر مشاركة

44- Robinson J.(1967). World Affairs Information & Mass Media Exposure. Op. Cit.P.27.

45- Mcleod J. & D. Mcdonland (1985). Beyond Simple Exposure Medai Orientation & Heir Impact on Political Processes, Communication Research, Vol 12, P. 33.

46- Grabber D.,(1988). Processing The New: How People Tame The Information Tide, Now York: Long Man. P. 135.

47- Horstmann, R. (1991). "Knowledge Gaps Revististed: Secondary Analysis From Germany, European Journal Of Communication, Vol. 6,P. 77-95.

48- Gaziano C.(1983). Neighbor Hood New Papers: Citizen Groups & Knowledge Gaps on Puplic Affairs Jssue,Op. Cit P. 556-566.

49- Tan. A. (1985). Mass Communication Theories & Research. New York: John Wiely & Sons Inc, P.377.

في المنظمات الرسمية، كما أنهم يوجهون اهتمامًا أكبر بمستوى وسائل الإعلام، ويكونون أكثر دراية بالأحداث الخارجية بخلاف غيرهم من قطاعات الجمهور الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي[50].

6- **المتغيرات الديموجرافية:** وتشمل كلًّا من النوع والعمر، حيث أظهرت كثير من الدراسات أنهما من المتغيرات المؤثرة على المعرفة التي يكتسبها الأفراد من وسائل الإعلام.

وتأسيسًا على ذلك يمكن أن ننظر إلى فرضية فجوة المعرفة؛ باعتبارها وجهة نظر مخالفة للاعتقاد السائد بقدرة وسائل الإعلام الهائلة على خلق جمهور على مستوى مرتفع ومتجانس في حجم المعلومات المتعلقة بموضوع ما، كما تزداد أهمية هذه النظرية عند التحدث عن دور وسائل الإعلام في الدول النامية، حيث يجب أن تؤخذ هذه النظرية في الاعتبار عند تخطيط الحملات المعرفية في هذه المجتمعات.

وعن علاقة الوسائل الإعلامية بظهور الفجوات المعرفية واتساعها أو ضيقها، فقد ثبت أن التلفزيون لديه القدرة الاتصالية على تقريب الفجوات أكثر من الصحف، وتميل الوسائل الجديدة مثل القنوات الفضائية إلى توسيع الفجوة المعرفية، حيث يعتمد استخدامها على اهتمامات الأفراد، ودوافعهم وخبراتهم السابقة، بالإضافة إلى أن بعض الوسائل تكون متاحة للأعلى تعليمًا، والجماعات الأعلى في المركز[51].

7- **التعليم:** يعتبر التعليم في معظم الدراسات التي اختبرت فرضية فجوة المعرفة مؤشرًا لمعرفة المستوى الإجتماعي الاقتصادي، ففي الدراسات التي أجراها تيشنور TICHENOR وآخرون أثبتت أن عددًا من المجتمعات الصغيرة تحظى بتغطية مكثفة من الصحف لعدد من الأحداث الجارية والقضايا العامة، وأيضًا أن هناك ارتباطًا بين المعرفة والتعليم. ومن ذلك يتضح أن التعليم يعد متغيرًا فعالاً يرتبط ارتباطًا وثيقًا بمستوى المعرفة؛ فالأفراد الأقل في المستوى التعليمي أفضل من أولئك الأعلى تعليمًا، وذلك في اعتمادهم على وسائل الإعلام المسموعة والمرئية؛ للحصول على أفضل قدر من المعلومات والمعرفة، حيث يفترض أن الأفراد الأقل تعليمًا يعوضون النقص السلبي في التعليم لديهم بزيادة تعرض أنفسهم لنفس القنوات المفضلة لأقرانهم، ممن هم أفضل تعليمًا في محاولة لتعويض نقص المعلومات لديهم[52].

8- **الاستغراق:** يعرف الاستغراق بأنه إدراك المعلومات الذي يولد الانتباه، واستخدام مفهوم الاستغراق بكثافة منذ أكثر من خمسين عامًا في بحوث الاتصال، ورغم تعدد تعريفاته إلا أنه يوجد تعريف مشترك له، وهو أن الاستغراق يعني درجة الأهمية أو الاهتمام التي يحدثها المنتج أو السلوك لدى العديد من الأفراد، وقد أثبتت الأبحاث التي أجريت عن الاستجابة المعرفية للإقناع أنه عندما يكون أفراد الجمهور أكثر استغراقًا في موضوع ما، فإنهم يبذلون المجهود

50- مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد. نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 163.

51- محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 371.

52- مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد. مرجع سابق، ص 165-164.

اللازم للفهم الجيد، وبالتالي فإنهم يكونون أكثر إدراكًا للمعلومات وبشكل أعمق، وتبنّى باحثو الاتصال وجهتي نظر مختلفتين لعملية الاستغراق، الأولى مشتقة من بحوث الإقناع Persuasion وهي أن الاستغراق هو الإحساس بالأهمية والصلة بموضوع معيّن أو شخص أو قضية، والثانية مشتقه من بحوث الاتصال الجماهيري Mass communication ، وترى أن الاستغراق هو عبارة عن مشاركة عاطفية Emotional وعقلانية Intellectual أثناء استقبال الرسائل الإعلامية، وتؤكد وجهتا النظر أهمية الاستغراق في النشاط المعرفي[53].

وقد قسمت الباحثة هيو لو Hew Lo أنواع الاستغراق إلى ثلاثة أنواع وهي[54]:

- **استغراق معرفي Cognitive Involvement:** ويقصد به قياس مستوى الانتباه في الرسالة أثناء وبعد التعرض لها، فعندما تتعلق الرسالة الإعلامية باهتمام شخصي عالٍ قبل الفرد يكون أكثر اهتمامًا بها وأكثر قدرة على اكتساب معلومات منها.

- **استغراق عاطفي Affective Involvement:** ويقصد به اتجاهات الفرد نحو الموضوع الذي تطرحه الرسالة، فكلما كان الفرد أكثر اهتمامًا وأكثر استغراقًا في موضوع الرسالة كان أكثر قدرة على تكوين اتجاهات واضحة ومحددة تجاه موضوع الرسالة.

- **استغراق سلوكي Behavioral Inolvement:** ويقصد به معدل المناقشات التي يجريها الفرد مع الآخرين بشأن موضوع الرسالة، ومعدل بحثه عن كل ما يتعلق بهذا الموضوع بعد التعرض له، ومعدل اشتراكه في الأنشطة المتعلقة به.

9- **الدوافع Motivation:** أكد أتيما وكلاين Eitem & Klein أن الفروق بين الأفراد في المستوى الاجتماعي الاقتصادي والتعليم ليست هي الأسباب الوحيده للفجوات المعرفية بل إن الفروق بينهم في قوة الدافع أو الحافز لاكتساب المعلومات، تعد من الركائز الأساسية، فكلما زادت درجة الدوافع مثل الحافز والاهتمام، استفاد الأفراد بشكل أكثر تكافؤًا وتعادلًا من تدفق المعلومات داخل النظام الاجتماعي[55].

10- **الخبرة Experience:** أكدت جرابر أن الخبرة تعد متغيرًا مهمًّا يرتبط بالمعرفة، وأنه إذا أراد الفرد ترتيب مصداقية المصادر المختلفة فإن الخبرة الشخصية سوف ترتفع إلى القمة، ويمكن أن يتبعها المصادر الشخصية والقصص الإخبارية، وفرق الباحثون بين الخبرة الإعلامية Media Experience وبين الخبرة الشخصية Personal Experience والانتباه Attention لوسائل الإعلام[56].

53- المرجع السابق، ص 167.

54- Hewi Lo. V. (1994).“Medai Use Inolvment & Knowlegde Of the Gulf War”Journalism Quarterly, Vol.7(1), P. 42-53.

55- مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد. مرجع سابق، ص 169.

56- المرجع السابق، ص 170.

المبحث الثاني

ويتم تطبيق نظرية فجوة المعرفة على مستويين تطبيقيين رئيسين هما:

- **المستوى الفردي الضيق Micro Individual Level:** ويتضمن اكتساب المعرفة من وسائل الاتصال، ويتحكم في ذلك الفروق الفردية، ومهارات الاتصال، والقدرة المعرفية، ومستوى الاهتمام، وغيرها من العوامل الفردية.[57]
- **المستوى المجتمعي الأشمل Macro Level:** ويشمل طبيعة البناء الاجتماعي والمتغيرات المرتبطة بالمجتمع مثل: أساليب نشر المعلومات وتوزيعها، ووسائل الاتصال المتاحة، وطبيعة الصراع الاجتماعي، وملكية وسائل الإعلام وطرق تمويلها وتشغيلها.

وقد أجريت بحوث عديدة على المستويين الفردي والمجتمعي لاختبار معدلات النمو المعرفي ومستويات المعرفة كمتغيرات تابعة، وركزت بحوث المستوى الفردي على التعليم كمتغير رئيسي للمستوى الاجتماعي الاقتصادي؛ باعتباره يؤثر في معدلات اكتساب المعرفة، ويساعد على فهم المعلومات وتذكرها، واستخدام الخبرات والمعارف المختزنة بالذاكرة، في حين ركزت بحوث المستوى الاجتماعي على عملية السيطرة على المعلومات وعلاقتها بالنظام الاجتماعي، وأساليب تدفق المعلومات على مستوى المجتمع[58].

ويمكن قياس فروض فجوة المعرفة بأسلوبين هما:

- **خلال فترة زمنية محددة:** حيث يتضح الارتباط الأكبر بين التعليم واكتساب المعرفة عن الموضوعات التي تعكسها وسائل الإعلام، ويمكن في هذه الحالة أن تبرز فجوة المعرفة بسبب متغير أو أكثر من متغيرات الخبرات السابقة، ومهارات الاتصال، والتفاعل الاجتماعي، والتعرض الانتقائي حيث تزيد الفجوة مع زيادة تدفق المعلومات من وسائل الإعلام.
- **خلال فترة زمنية طويلة نسبيًا:** حيث يمكن أن يحدث اكتساب المعرفة عن موضوع تنشره وسائل الإعلام، ويكون الربط بين المستوى التعليمي واكتساب المعرفة أقل منه في الحالة السابقة[59].

57- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق. ص 340.

58- Visawananth,K. & Finnegan, J. R. (1996), The Knowledge Gap Hypothesis: Twnty- Five Years Later.In B. R. Burloeson(eds), Communication Year Book 19 (Thousands Oaks, CA: sage) P. 187-228.

59- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 341.

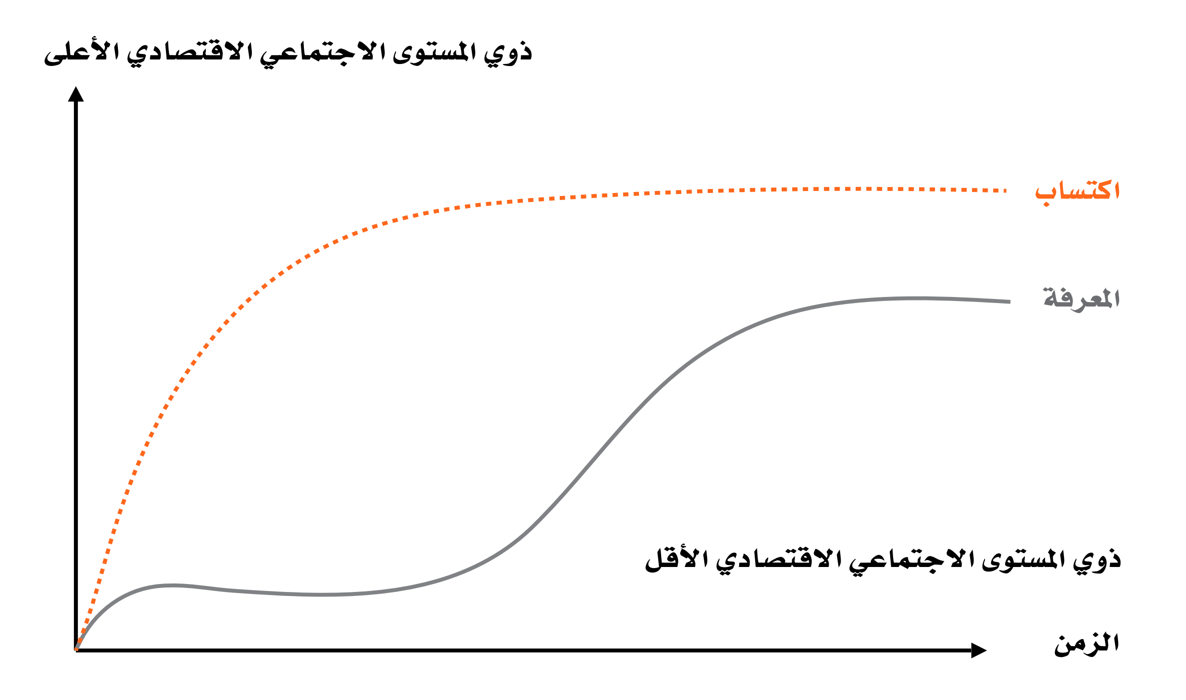
فجوة المعرفة والحدّ الأقصى للتأثير:

ساد الاعتقاد بين باحثي الاتصال أن الفجوات المعرفية التي يتم قياسها على مدى زمني واسع ستميل إلى الإتساع مع مرور الزمن، وقد يبدو هذا الاعتقاد صحيحًا في بعض الحالات إلا أن هناك رأيا آخر يرى أن الفجوات المعرفية تتسع في البداية بين الفئات الأعلى والأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، ولكن في مرحلة أخرى متقدمة تستطيع الفئات الأقل أن تلحق بالفئات الأعلى وتضيق الفجوة المعرفية نتيجة لذلك[(60)].

في ظل النتائج المختلفة حول اتساع المعرفة أو ضيق فجوة المعرفة بمرور الوقت بين الأفراد الأعلى والأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، توصل ماكويل ووندااهل Mc Quail & Widahi إلى ما يسمى بالحد الأقصى للتأثير Effects Ceiting ويقصد به عندما يصبح الأفراد الأكثر مقدرة على اكتساب المعرفة، أي الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي بمرور الوقت في حالة تشبع معرفي، أي ليس لديهم القدرة على اكتساب المزيد من المعلومات المتدفقه من وسائل الإعلام في حين تستمر الفئة الأقل في المستوى الإجتماعي الإقتصادي في اكتساب المعرفة مع استمرار التغطية الإعلامية للموضوع، مما يمكنهم من اللحاق بالأفراد الأعلى[(61)].

60- Mc Quail,D. & S. Windahl (1993). Communication Models: For The study Of Mass Communication, London: Long man, P. 124-125.

61- Mc Quail,D. & S. Windahl (1993). Op.cit.P.126.



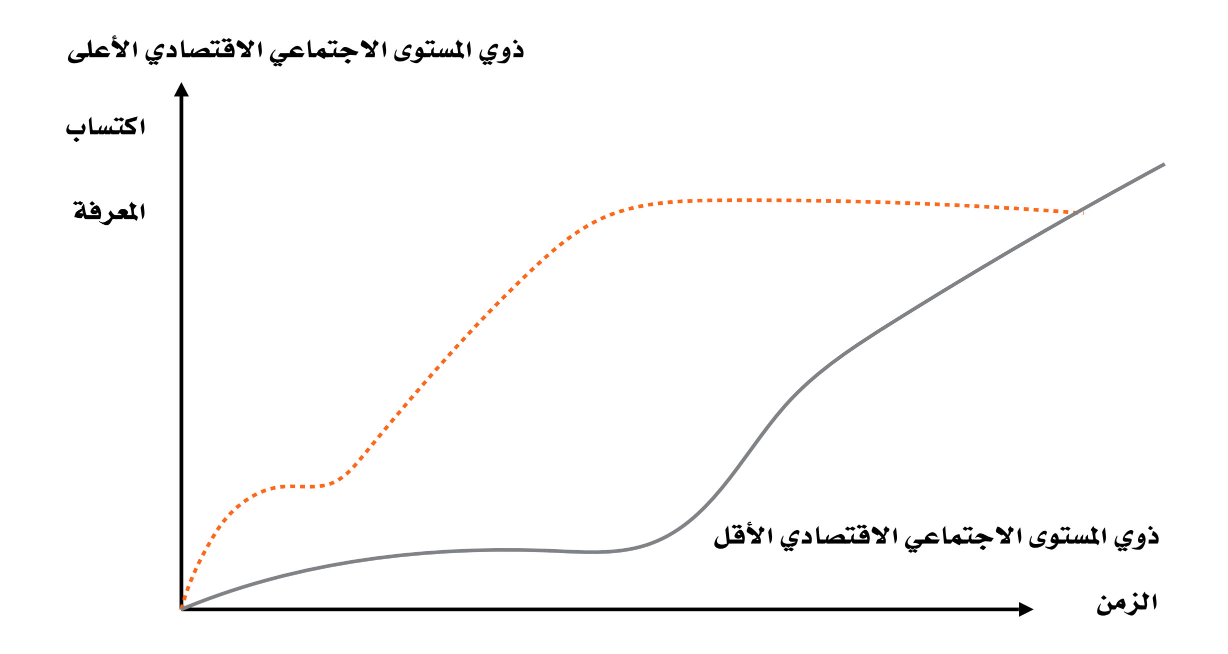
MC QUAIL &WINDAH (1983)

شكل (1): اتساع فجوة المعرفة بمرور الوقت

فكما يتضح من الشكل رقم (1) أن الخط المتقطع يمثل الجماعات الأعلى امتيازا Privileged أي الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، أمّا الخط المتصل فيمثل التطور فيما يتعلق بالجماعات الأقل امتيازًا less privilegd، أي الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، ويشير إلى أن الفجوة تتسع في بداية تدفق الموضوع بوسائل الإعلام، ولكن على المدى الزمني البعيد يقل الدافع للبحث عن مزيد من المعلومات حول نقص الموضوع لدى المجموعة الأولى، ممّا يمكنهم من اللحاق بالأفراد الأعلى، وكذلك تغلق فجوة المعرفة بين المجموعتين بمرور الوقت.

وفي المقابل توصل باحثون أمريكيون إلى فشل العديد من الفجوات في الإنغلاق، حيث أشاروا إلى أن الانتباه المركز لوسائل الإعلام حول بعض الموضوعات يتسبب في اتساع الفجوات بين الفئات الأعلى والأقل تعليمًا، ويمثّل هذا الفريق من الباحثين دونو هيو، Donohue واتيما ووكلاين Ettema & Kline ، حيث يرون أنه من المنطقي عندما يكون الحدث عديم الأهمية وبعيدًا عن المناقشات العامة أو حتى يتحدث عنه قليل من الأفراد، فإن الفجوة بين الفئات الأعلى والأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي تظل متسعة[62].

62- مرفت الطرابيسي وعبد العزيز السيد. مرجع سابق، ص 160-159.



MC QUAIL &WINDAH (1983)

شكل (2): انغلاق فجوة المعرفة بمرور الوقت

اختلاف المعرفة المكتسبة من وسائل الإعلام بين الجمهور البحريني

الفصل الثالث

وسائل الإعلام: أهميتها ودورها في تنمية المجتمع

المبحث الأول

وسائل الإعلام (الأهمية والوظائف):

الأهمية:

يتميز العصر الحالي والذي نعيش فيه بأنه عصر الإعلام الذي أصبح حقيقة موجودة في حياة الإنسان المعاصر؛ حيث أصبح من الصعب أن يقضي وقته بدون أن يقرأ كتابًا أو يطالع دورية صحفيّة أو مجلة أو يستمع إلى برنامج إذاعي أو يشاهد برنامجًا تلفزيونيًا، ويعتبر الإعلام القوة الضاربة المؤثره في حياة المجتمعات، خاصةً وقد أصبح لوسائل الإعلام دورها الواضح في تكوين الصورة الذهنية عند الصغار والكبار عن الواقع والمواقف، وعليه يتضح من مفهومه العلمي أنه تزويد الجماهير بالأخبار الصحفية والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات[63].

وتزايد الاهتمام في العقد الأخير من القرن العشرين بفعالية دور وسائل الإعلام في المجتمعات المختلفة، خاصة بعد أن شهدت هذه الوسائل تطورًا مكثفًا في البنى التكنولوجية الخاصة بها[64]، وأصبح الإعلام الشيء الرئيسي المشترك في حياتنا، وتعوّدنا أن نتعرض له بشكل يومي، وانتشرت وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة انتشارًا كبيرًا في كل المجتمعات، فالإعلام صار عماد المجتمع من الأشياء اليومية التي لا يمكن الاستغناء عنها، وتحول العالم إلى قرية إلكترونية بفضل وسائل الإعلام والأقمار الصناعية والقنوات الفضائية......إلخ.[65]

وتعمل وسائل الإعلام على تنظيم الصورة الذهنية وترسيخها في أذهان مختلف الجماهير من خلال الكم الهائل من المعلومات ونوعيتها التي تساعد على تغيير الصورة الذهنية لديهم من خلال التأثير في المستوى المعرفي لديهم بشكل خاص عندما يتفق مضمون الرسالة الإعلامية مع الجوانب الشخصية للفرد ودوافعه وقيمه، من خلال توجيه وسائل الإعلام للمعلومات للأفراد، والذي يعتبر من أهم الطرق المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية[66].

وتساهم وسائل الإعلام في تقديم المعلومات والآراء والأفكار التي تساعد أفراد المجتمع- ومن بينهم الشباب- على تكوين رأي صحيح حول المشكلات التي تخص حياتهم السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وبالتالي تساعد هذه الوسائل في إرشاد الشباب وتثقيفهم وتكوين الآراء لديهم عن طريق شرح هذه المعلومات والآراء وتحليلها وتفسيرها والتعليق عليها، خصوصًا أن كل وسيلة تختلف عن الأخرى في طريقة تقديم التعليق والشرح والتفسير، حسب السياسة العامة والشخصية الخاصة بها[67].

63- محمد معوض وعبد الباسط وعبد الجليل ونبيل جردي. دراسات إعلامية، الجزء الثاني (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 1998) ص 82.

64- مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد. مرجع سابق، ص 9.

65- عاطف العبد ونهى العبد. نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية (القاهرة: دار الفكر العربي، 2008) ص 5.

66- همت حسن السقا. دراسات في الإعلام الدبلوماسي والعلاقات العامة (القاهرة: مصر العربية للنشر والتوزيع، 2010) ص 253-252.

67- محمد نصر مهنا. مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير (الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب، 2007) ص 125-124.

المبحث الأول

وعن طبيعة الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام فهي تعمل على تقديم العديد من الأدوار العديدة والمختلفة، غير أن ذلك كله يتوقف على طبيعة مجتمعاتها، فاختلاف أدوارها يمكن إرجاعه إلى طبيعة المجتمع ودرجة الحرية المتاحة به، ووسائل الإعلام يمكن أن تلعب دورًا مزدوجًا، فهي تستطيع أن تمارس دورًا تحريريًا وثوريًا حين تكشف الحقائق وتتقصى كافة مشكلات المجتمع، من حيث أسبابها الظاهرة والكامنة، إضافة إلى ممارستها لوظيفتها النقدية، وتقوم بدورها الإجتماعي الحقيقي الذي يتمثل في ممارسة النقد الاجتماعي كأداة يمكن من خلالها تجاوز أوضاع المجتمع وسلبياته، وصولاً إلى واقع اجتماعي أفضل منها، وهي في هذه الحالة تعمل كأداة تنوير للوعي وإثارة له، وحث على التغيير، وهي من ناحية أخرى قد تعمل في الاتجاه المعاكس حيث تمارس أشكالاً ودروبًا من تزييف الحقائق أو حجبها؛ فتكون بمثابة أداة قهر وخداع للجماهير فتعمل في الاتجاه المعادي لأي تغيير[68].

كما تلعب وسائل الإعلام دورًا مهمًّا في تكوين وتشكيل الرأي العام، وفي تعبئة الجماعات وحشدها حول آراء وأفكار معينة، وذلك بسبب زيادة التطورات التكنولوجية الهائلة في وسائل الإعلام، ممّا ساعدها على تحقيق المزيد من التأثير على الجماهير، وتوجيهها نحو هذه الأفكار والآراء[69].

في المقابل أوضحت العديد من البحوث بأن هناك قدرًا من الإتفاق على أن وسائل الإعلام لم تستطع أن توفر للجمهور المعرفة الكافية، وأنها لم تستطع القيام بوظائفها الديمقراطية فوسائل الإعلام الحرة شرط ضروري للديمقراطية، والديمقراطية هي رابطة بين المواطنين الذين يشاركون في نطاق واسع من العمليات الاجتماعية، وتتطلب المشاركة السياسية الديمقراطية مواطنًا لديه معلومات ومعرفة، وأهم الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام توفير المعلومات والآراء والتعليق والمناقشة حول نطاق واسع من القضايا السياسية والاجتماعية؛ ولكي تقوم وسائل الإعلام بدورها الديمقراطي فإنها تحتاج إلى الحرية، لكن ذلك لا يكفي إذ إنه لا بد من أن تقدم وسائل الإعلام نوعية معيّنة من المعلومات، وأن يكون مضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام أكثر جودة[70].

وأصبح الاتصال عنصرًا أساسيًا من عناصر التطور والتنمية في المجتمعات الحديثة، بل إن الكثير من العمليات والسياسات العامة في المجتمع أو الدولة لا يمكن أن يُكتب لها النجاح بدون الاعتماد على الإعلام الجماهيري، شأن الكثير من العمليات والبرامج السياسية والصحية والتجارية والثقافية...إلخ[71].

وقد أوضحت العديد من الدراسات أهمية وسائل الإعلام في نشر الأفكار الجديدة، ومن الضروري التأكيد على الحقائق التالية[72]:

68- جمال مجاهدون وشدوان شيبه وطارق الخليفي. مدخل إلى الاتصال الجماهيري (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2008) ص 62.

69- سمير محمد حسين. الرأي العام - الأسس النظرية والجوانب المنهجية، ط 1 (القاهرة: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1997) ص 70.

70- سليمان صالح. ثورة الاتصال وحرية الإعلام، ط 1 (الكويت: دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2007) ص 145.

71- عزام أبو الحمام. الإعلام الثقافي جدليات وتحديات، ط 1 (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009) ص 50.

72- علي عجوة. الإعلام وقضايا التنمية، ط 2 (القاهرة: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 2008) ص 33.

1. يساعد الأفراد على الانتقال النفسي من الواقع الذي يعيشونه وتخيل واقع جديد لم يجربوه من قبل، وهو ما يعرف بالتقمص الوجداني (EMATHY) وهو ما يميز المجتمعات الانتقالية عن المجتمعات المختلفة.

2. إنّ الكلمة المذاعة يمكن تسجيلها وإعادة إذاعتها أكثر من مرة، فتكتسب في كل مرة قوة إضافية هي قوة الدق المنتظم، وكذلك تساعد الإذاعة على بث روح الاهتمام بالمسائل العامة وسرعة تجميع الجماهير حول رأي معيّن خاصة في أوقات الشدائد والأزمات.

3. إن استخدام الوسائل الجماهيرية جنبًا إلى جنب مع الاتصال الشخصي المباشر يزيد من سرعة الدعوة، ويضفي عليها الصبغة العامة، ويساعد على إثارة المناقشات حولها.

4. يساعد على كسر ما يسمى بحاجز المنع أو التحريم إزاء الموضوعات التي ينظر إليها على أنها من المحرّمات (Taboos)، وهذا يشجع ويساعد الاتصال الشخصي على القيام بدوره.

5. يمد قادة الرأي بالمعلومات التي يحتاجون إليها في نشر الدعوة.

6. يساعد الجمهور القارئ على فهم بعض الأفكار التي تحتاج إلى تفاصيل دقيقة أو رسوم توضيحية أو بيانات إحصائية، كما أنه يضفى صفة الخصوصية على بعض الموضوعات التي تحتاج إلى ذلك.

الوظائف:

1. تقوم على تزويد الجماهير بالمعلومات عن الأحداث التي تقع من حولهم[73]، وعلى ذلك فإن نشر الأخبار والآراء على نطاق واسع يعد أمرًا جوهريًا، فلا شي أكثرٍ أهمية للمجتمع الحر من نشر المعلومات على أوسع نطاق ممكن، ومن مصادر متعدّدة، فوسائل الإعلام تعدّ عاملًا أساسيًا في نشر الأفكار وإتاحة المعلومات الجديدة حول العديد من الأمور الاقتصادية والصحية وغيرها[74].

2. مساندة المجتمع من حوله وتطوره من مجتمع تقليدي إلى المستوى الحضري، فدور وسائل الإعلام لا يقتصر على توفير المعلومات فقط، وإنما يجب أن يتعدى هذا الدور تهيئة الجمهور للانتقال من المجتمع التقليدي إلى المجتمع العصري المتحضر بكل ما يعني ذلك من تعديل في السلوك والأفكار وتطوير البيئة الاجتماعية المتوارثة؛ لتتلاءم مع ظروف وقيم المجتمع الجديد[75].

73- إبراهيم إمام. الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة: الأنجلو المصرية، 1996) ص 442.

74- مصطفى عبد الفتاح محمد. أثر نشرات الأخبار وبرامج الأحداث الجارية في التلفزيون في تزويد المشاهدين بالمعلومات والأفكار، رسالة دكتوراة، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1987) ص 27.

75- المرجع السابق، ص 39.

3. تتولى وسائل الإعلام الإيحاء للجماهير المتلقية بالأفكار والمواقف التي يجب أن يتبنوها، ويتوقف ذلك على قدرة وسائل الإعلام على الإقناع والتفسير والتحليل، فوسائل الإعلام تنقل التراث الاجتماعي المتمثل في القيم والمعايير والتقاليد الاجتماعية من جيل إلى آخر[76].

4. مساعدة الأفراد على تكوين صورة واضحة عن العالم الخارجي، حيث عملت على إحداث تغييرات جذرية فيما يتعلق بتصورات المواطنين واتساع أفق الأفراد، وأصبح على الفرد أن يتابع هذه الأخبار، حتى يدرك ما تنقله إليه وسائل الإعلام من أخبار وأفكار عن بلده وعن العالم، فاهتمام المواطن العادي لم يعد قاصرًا على أخبار بلده، ولكن هذا الاهتمام قد زاد بشكل واضح حيث أصبح المواطن يتابع أخبار العالم وأحداثه، ويتفاعل معها بشكلٍ أو بآخر.[77]

76- جمال مجاهدون وشدوان شيبه وطارق الخليفي. مرجع سابق، ص 69.

77- مصطفى عبد الفتاح محمد. أثر نشرات الأخبار وبرامج الأحداث الجارية في التلفزيون في تزويد المشاهدين بالمعلومات والأفكار، مرجع سابق، ص 39.

أهم وسائل الإعلام المؤثرة في تنمية الوعي لدى الجماهير:

الصحافة:

الصحافة تعرف لغويًا: مهنة من يعمل بالصحف[78]، وقد عرفها المعجم الوسيط بأنها مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة[79].

تعتبر الصحافة من أهم وسائل الإعلام تأثيرًا في الرأي العام، فالكلمة المكتوبة تؤثر بدرجة أكبر على القارئ عما لو كانت مسموعة، لأنها تتيح للقارئ فرصة كافية لاستيعاب معناها ومدلولها، كما أنها تترك له حرية أختيار الوقت الملائم للرجوع إليها، واختيار ما يريده؛ لأن يقرأ ويترك ما يريد، فهي مدرسة عامة للشعب ومعلم للرأي العام تزوده، بالأنباء والآراء والمعلومات؛ حتى ينضج فكره ويكون معبرًا عن آمال وتطلعات غالبية الشعب، ممّا يجعلها مؤثرة في قرارات السلطة التشريعية، كما أنها تلعب دورًا في تكوين رأي عام وطني قوي، يحاسب وينتقد أداء الحكومة، حسب ما تتخذه من مواقف تجاه مصالح الشعب[80].

كما تعمل على توجيه جمهور القراء اجتماعيًا، وتعبّر عن آرائه ومواقفه وأعماله المختلفة، وعن نظرته العالمية، وتعطي فكرة عن الظواهر المعاصرة المتنوعة والعمليات والاتجاهات في تداخلها وتنوعها، وتعطي فكرة عن القوانين التي تحدد الوظيفة والتطور الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي والأيدلوجي لحياة المجتمع، كل ذلك يتم من خلال النظرة الطبقية المعيّنة، والموضوع الذي تتناوله الصحافة وتعكسه هو الواقع الاجتماعي[81].

خصائص الصحافة[82]:

1. يستطيع القارئ اختيار الوقت والمكان المناسبين للتعرض للصحيفة، حيث يمكنه أن يقرأها أكثر من مرة، وفي أي مكان يريده، ممّا يساعده على استيعابها بشكل أكثر، وإمكانية تفسير الموضوع بدقة أكبر.
2. تعتبر الصحافة من أفضل الوسائل التي تستطيع الوصول إلى الجماهير الصغيرة والمتخصصة بسهولة أكبر من بقية الوسائل، ويعود ذلك لقلة تكلفتها بعكس الوسائل الأخرى بسبب تكلفتها العالية، مما يسهل هذه العملية.

78- صالح أشرف وعلم الدين محمود. مقدمة في الصحافة (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000) ص 53.

79- مصطفى، إبراهيم وآخرون. المعجم الوسيط (القاهرة: مطبعة مصر، 1960) ص 510.

80- دوريش جرابر ومؤلفون آخرون. سياسة الأخبار وأخبار السياسية، ترجمة زين نجاتي (القاهرة: مكتبة الشرق الدولية، 2004) ص 35.

81- محمود علم الدين. مقدمة في الصحافة (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009) ص 39.

82- عاطف العبد ونهى العبد. نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربيّة، مرجع سابق، ص 71.

المبحث الثاني

3. تعد الصحافة من أقدم الوسائل الإعلامية مقارنة بالوسائل الجديدة مثل التلفزيون والسينما والراديو، والصحافة تقدم إشباعات تتعلق بنشر الأخبار والأنباء وإخبار الجمهور بالاحداث اليومية بشكل مستمر.
4. يقوم القارئ بإيجاد مساحة كبيرة للتخيل وتفسير المعاني ومعرفة ما بين السطور، ويرجع ذلك إلى أن القارئ في وسيلة الصحافة لا يواجه متحدثًا مرئيًا أو مسموعًا، حيث إنّ التخيل يزداد في حالة القراءة.
5. جميع قراء الصحافة يعرفون القراءة والكتابة، وهم من المثقفين الذين يسهل معهم الحجة المنطق[83].

وظائف الصحافة:

1. الوظيفة الإخبارية أو الإعلامية:

تعتبر وظيفة الأخبار أو إعلام الجمهور هي الوظيفة الأساسية التي لا تقوم الصحافة من غيرها[84]، وهي التي تختص بإمداد القراء بالأخبار، وتشترط أن يحصل عليها كمادة إخبارية صرفة، لا يجوز التحريف فيها أو التغيير، وذلك يستلزم احترام قدسية الخبر، أمّا في حالة التعليق على الأخبار فيمكن للصحيفة أن تقوم بذلك بطرق مختلفة، تتفق مع الفئات المختلفة لجمهور الصحيفة، ومهمّة التعليق الأولى هي توضيح نقاط الخبر الغامضة[85].

2. وظيفة الشرح والتفسير والتحليل:

تعمل على تفسير وشرح وتعمق في الموضوعات وتفسيرها تفسيرًا علميا مدعمًا بالصور والحقائق وآراء المختصين بها، سواء من محللين أو علماء وغيرهم، فالصحافة مسئولة عن توصيل الحقائق والتفسيرات والأخبار للجمهور بشكل مبسط وغير معقّد؛ بحيث إنها تخاطب كافة المستويات الاجتماعية[86].

وتلجأ الصحافة إلى استخدام أشكال صحفية عديدة لأداء مهمّة تحليل وتفسير الأحداث والتعليق عليها، مثل[87]:

- التحليلات الإخبارية.

83- محمد منير حجاب. وسائل الاتصال- نشأتها وتطورها (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008) ص 59.

84- إبراهيم إمام. دراسات في الفن الصحفي (القاهرة: الأنجلو المصرية، 1991) ص 59.

85- صالح ابو إصبع. إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي (دمشق: دار دمشق للطباعة والصحافة والتوزيع، 1984) ص 30.

86- أحمد راشد الدوسري. تعرض الجمهور البحريني للصحف المحلية وعلاقته بمستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية، مرجع سابق، ص 58-57.

87- إيناس إبراهيم بن تركي. دور وسائل الإعلام في تنمية وعي الجمهور البحريني بأنظمة التأمين الاجتماعي، رسالة ماجستير، غير منشورة (الجامعة الأهلية: كلية الآداب والتربية، 2012) ص 96.

- المقالات الافتتاحية.
- أساليب التغطية التفسيرية.
- التفسيرات والملخّصات الأسبوعية للأحداث.
- الرسوم الكاريكاتورية.
- الحملات الصحفية.
- الأعمدة الصحيفة.

3. وظيفة التوثيق والتاريخ[88]:

تعمل الصحافة على تسجيل وقائع الحياة الاجتماعية ورصد الوقائع التاريخية المتلاحقة ومتابعتها، وتتوقف إمكانية اعتبار الصحيفة وثيقة تاريخية على فهم الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تصدر في ظلها الصحيفة، وعلى تحديد حجم حرية الصحافة المتاحة في هذا المجتمع.

4. وظيفة التوجيه والإرشاد[89]:

وتحتاج هنا للبراهين والحجج لإقناع الجمهور بها، فهي ليست جمل إنشائية فقط، بل إن لغة الأرقام والإحصائيات والحجج والبراهين القوية والمدعمة بإثباتات تكون أقوى بكثير وأشد إقناعًا من الألفاظ الضخمة والمبتذلة، فالصحافة تعتبر هي الموجّه والمعلّم الذي يبين للناس الحقائق وينصحهم ويرشدهم ويعلمهم الخطأ من الصواب.

5. وظيفة الإمتاع والتسلية[90]:

تعلم الصحف بشكل خاص على جذب الجمهور عن طريق الطرائف التي تنشرها، والقصص الفكاهية وبعض المسابقات الخفيفة مثل الكلمات المتقاطعة، فبعض الأخبار يجب أن يكتب على شكل قصة طريفة لإمتاع الجمهور والتخفيف عنهم.

88- محمد منير حجاب، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها. مرجع سابق، ص 96.

89- إبراهيم إمام، دراسات في الفن الصحفي. مرجع سابق، ص 63.

90- فريزر بوند. مدخل إلى الصحافة، ترجمة: راجي صهيون (بيروت: مؤسسة بدران وشركاه، 1964) ص 13.

6. وظيفة الإعلان والترويج وتقديم الخدمات التسويقية[91]:

تحقق هذه الوظيفة الفائدة لكل من المعلن (المنتج للسلع والخدمات) بالترويج لهذه السلع والخدمات وزيادة الطلب على السلعة أو الخدمة أو أي شيء يعلن عنه، وللمستهلك القارئ من خلال مساعدته على الاختيار بين السلع والخدمات، وتسهيل حصول القرّاء على ما يحتاجونه من السلع أو الخدمات أو الأفكار الجديدة، وللصحيفة نفسها، إذ تشكّل إيرادات الإعلان موردًا رئيسيًا من موارد تمويل الصحيفة.

التلفزيون:

يعتبر التلفزيون إحدى أهم وسائل الاتصال الجماهيري، بل إنها أصبحت إحدى أقوى وسائل الاتصال في تاريخ الحضارة الإنسانية، إضافة إلى أنها تعتبر من أحسن الوسائل لنقل الأخبار، حيث ينفرد التلفزيون دون وسائل الإعلام الأخرى بأنه يقدم لنا الأحداث والوقائع في منازلنا بصورة أقرب للواقع، ويعرضها في مشاهد متكاملة، تعتمد على الصوت والصورة والحركة واللون، فهو يقدم لنا الأحداث بصورة لا يمكن أن تصل إليها وسائل الإعلام الأخرى، ويقدم لنا المشاهدة المتكاملة للأحداث في صورة واقعية[92].

ويُعد التلفاز من أهم وسائل الاتصال في الوقت الحاضر، ومن أخطر الوسائل الإخبارية والاجتماعية والإعلامية؛ لما تتمتع من خصائص وإمكانات لا تتوفر في وسائل الاتصال الأخرى.

خصائص التلفزيون[93]:

1. يعتبر التلفزيون من وسائل الاتصال الجماهيرية القوية، حيث يغطي الآن جميع المناطق الجغرافية.
2. يعتبر التلفزيون من أسرع وسائل الاتصال بالجماهير، ويتفوق في هذه الناحية على مستوى الدعاية على الصحافة، فيكفي قطع الإرسال في حالة وجوده لإعلان النبأ الهام، فيصل في نفس اللحظة إلى كل أنحاء البلاد.
3. يعتبر التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية، تعتمد على الصوت والصورة الملونة المتحركة، ويدعم استخدام الصوت والصورة الملونة الرسالة التلفزيونية، أيا كانت إعلامية أو إعلانية أو تعليمية أو ترفيهية، فالرسالة التي يتلقاها الفرد من خلال حاستين تثبت أكثر من الرسالة التي يتلقاها عن حاسة واحدة، والتلفزيون أقرب وسيلة

91- محمد منير حجاب. وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مرجع سابق، ص 98.

92- عزام أبو الحمام. الإعلام الثقافي جدليات وتحديات، مرجع سابق، ص 122.

93- عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد. نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، مرجع سابق، ص 141- 174.

للاتصال المباشر. وقد يتفوق عليه حينما يقرب الأشياء الصغيرة، ويحرك الأشياء الثابتة، وينقل صورًا متحركة للناس في مواطن إقامتهم؛ فيكون إدراكًا حسيًا للرأي العام.

4. يعطي التلفزيون إحساسًا بالألفة والصداقة والواقعية، باستخدام للصورة والمؤثرات المنظرية والصوتية.

5. لا تتطلب مشاهدة التلفزيون من المشاهد استعدادات سابقة كالتردد على السينما، حيث يعمل على نقل المشهد إلى المنزل، فلا يتطلب الخروج من المنزل، بل مجرد الضغط على الجهاز «الريموت كنترول».

6. لا يحتاج التلفزيون إلى معرفة القراءة أو الكتابة، ممّا يجعله وسيلة مناسبة للمجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الأمية.

7. اكتسب التلفزيون ميزة الصدق لاعتماده على الصورة، التي تتميز عن الكلمة المسموعة بأنها إقناعية تضفي الصدق والثقة على المباريات الرياضية والمسرحيات والندوات والأخبار ... إلخ، وأصبح المشاهد أكثر استعدادًا لتصديق ما يراه على الشاشة التي تسمح باستخدام أساليب متعدّدة لتقديم المضمون، ممّا يمكّن من عرض كل كلمة في الرسالة الإعلامية أو الدعائية أو الإعلانية.

وظائف التلفزيون:

1. الحوار والنقاش:

يساعد في توجيه الأفكار والمشاركة ويزيد التفاهم الكامل، ويساعد على الاطلاع والتعرف على ظروف الأحوال المعيشية، وذلك من خلال تبادل المعلومات والآراء، وتلاقي الأفكار في مختلف جوانب الحياة من خلال عملية الحوار، والجدل، والنقاش، وتوضيح وجهات النظر؛ ممّا يزيد على القدرة المعرفية وتطور الوعي الاجتماعي في المجتمع[94].

2. الوظيفة الإعلامية:

تتمثل في الأنباء والبيانات والصور والتعليقات وبثّها، وبعد معالجتها ووضعها في الإطار الملائم لها، لفهم الظروف الشخصية والبيئية والدولية ومساعدة المتلقى وتمكينه من الوصول إلى وضع يسمح له باتخاذ القرار السليم، وبجانب الدور الذي يلعبه في الدعاية التجارية والأغراض التي تمكن من وراء هذه الدعاية سواءً بالنسبة للسلعة المعلن عنها أو بالنسبة للمستهلك والتلفزيون أيضًا[95].

94- ماجي الحلواني. تكنولوجيا الإعلام في المجال التعليمي والتربوي (القاهرة: دار الفكر العربي، 1988) ص 29.

95- الدسوقي عبده إبراهيم. وسائل أساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية (الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2004) ص 120.

3. وظيفة الخدمات:

تتمثل في النشرات الجوية ومعرفة أحوال الطقس ومعرفة الوقت، والاستشارة القانونية والطبية، والتعارف على عادات وتقاليد الشعوب[96].

4. الوظيفة التنموية:

يؤدي التلفزيون دورًا هامًا في تحقيق التنمية الشاملة، فالتنمية ظاهرة متعددة الجوانب، ويمكن تقسيمها إلى جوانب فرعية، ولكنها في الواقع ترتبط ببعضها البعض، ويؤثر كل منها بالآخر ويتأثر به، فهناك التنمية الثقافية والاقتصادية والإدارية والسياسية، وهذه الجوانب كلها تتأثر بوسائل الاتصال والإعلام، وخاصة التلفزيون[97].

5. الترفيه والتسلية والتشويق:

يعمل التلفزيون على استقطاب أعداد كثيرة من المتلقّين من خلال تقديمه لخدمات الترفيه المتركزة حول التسلية والمتعة والتشويق والإثارة، حيث يجد المتلقى أو المشاهد ضالته في الاستراحة من متاعب الحياة اليومية[98].

6. النهوض بالإنتاج الفكري:

يسعى لنشر الإنتاج الفكري في كافة التخصصات المختلفة والتي تخدم قضايا المجتمع بطريقة أو بأحرى، وهذا يزيد من عملية التفاعل الاجتماعي وتهذيب الذوق العام، والعمل في نفس الوقت على تفجير الطاقات الخلاقة، وأثر ذلك على نمو المجتمع وتطوره؛ باعتبار أن هذا الإنتاج الفكري سوف يخدم قطاعات التنمية بصورها المختلفة[99].

الإذاعة:

وتنفرد الإذاعة المسموعة بميزات تنفرد بها عن باقي وسائل الإعلام الأخرى، وهي أنها تعتمد على السمع فقط؛ ممّا لا يستدعي معه أن يبذل المستمع جهدًا في التركيز على المواد المذاعة، أي أنّ التفاعل مع المواد الإذاعية لا يتطلب من المستمع التخلي عن أنشطته الأخرى التي يمارسها أثناء الاستماع للإذاعة، وهذه الميزة لم تكن ذات تأثير بالمستمع

96- حسن شحاته سعفان. التلفزيون والمجتمع، ط 1 (القاهرة: مطبعة دار التأليف والنشر، 1986) ص 82.

97- الدسوقي عبده إبراهيم. وسائل أساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، مرجع سابق، ص 123.

98- محمد منير حجاب. وسائل الاتصال- نشأتها وتطورها، مرجع سابق، ص 237.

99- ماجي الحلواني. تكنولوجيا الإعلام في المجال التعليمي والتربوي، مرجع سابق، ص 29.

فحسب، بل وأيضًا بالإذاعة نفسها لجهة تحضير وإنتاج المواد الإذاعية على اختلافها؛ ممّا سيمنحها هامشًا في التعاطي مع الإذاعة بالمقارنة مع التلفزيون على الأقل[100].

خصائص الإذاعة[101]:

1. تتحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف وتخاطبه بها، وقد يظهر فيها أيضًا لهجة سكان المنطقة المستهدفة.
2. محتوى المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية نابع ومستمد من المجتمع المحلي ذاته ولخدمته، بحيث تعكس البرامج المختلفة عادات السكان وتقاليدهم وتراثهم واهتماماتهم.
3. الجمهور المستهدف للإذاعة المحلية هو جمهور مجتمع محلي بعينه، محدود من حيث العدد مقارنة بجمهور الإذاعات القومية أو الإذاعات الدولية.
4. الفورية في إذاعة الأحداث والأخبار التي تحدث مفاجئة، ووصولها إلى جميع السكان متخطية حاجز الأمية والحواجز الجغرافية[102].
5. الرسالة المذاعة أكثر فعالية من الرسالة الشفوية؛ لأنها يمكن تقويتها بواسطة الموسيقى والتأثيرات الخاصة التي تجعل الانطباع الذي تتركه قويًا، وقدرتها على احتواء المستمع بشكل عميق وشخصي وإثارة حاسيّة التخيل لدى المستمع وقدرتها على تحقيق قدر من وحدة التفكير والشعور والهدف والقيم في الأمة[103].

وظائف الإذاعة[104]:

1. **العملية التعليمية:** في بعض الدول ذات المساحة الشاسعة والمجموعات السكانية المتباعدة، وتزيد فيها المناطق الريفية، فإنّ الإذاعة تحل محل المؤسسات التعليمية؛ حيث لا تستطيع بعض الدول إنشاءها مثل: برمجة المناهج الدراسية، وبث برامج محو الأمية، والتعليم الديني.

100- عزام أبو الحمام. الإعلام الثقافي جدليات وتحديات، مرجع سابق، ص 134.

101- منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي. الإعلام والمجتمع، ط 1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2004) ص 165.

102- محمد منير حجاب. وسائل الاتصال- نشأتها وتطورها، مرجع سابق، ص 178.

103- المرجع سابق، ص 178.

104- http://communication.akbarmontada.com/t181-topic

2. **التنشئة الاجتماعية:** حيث تلعب الإذاعة دورًا بنقل الثقافة للأجيال من ناحية عرض التقاليد والاحتفالات وبيان الحقوق والواجبات.

3. **وسيلة إعلانية:** بسبب انتشارها الواسع، وبثها لجهات ومناطق واسعة حتى خارج الدولة، وتساهم الإعلانات في دعم اقتصاديات الإذاعة.

4. **توحيد الوجدان القومي:** حيث تلعب الإذاعات دورًا في توحيد الوجدان، وتأكيد روابط الانتماء والتمازج القومي بين مكونات المجتمع، وتعمل برامجها على تلاقح الثقافات وتقوية النسيج الاجتماعي عبر الفنون الشعبية والتراث.

5. **الإخبار:** تقوم الإذاعة بتقديم الأخبار للمجتمع بأسلوب مختصر، ولكنها تتكرر عدة مرات، سواء كما هي أو مع بعض الإضافات وفقا لتطورات الأحداث[105].

القنوات الفضائية:

أصبحت القنوات الفضائية في النصف الثاني من القرن العشرين مُعجزة القرن، حيث بدأت التأثير على المشاهد بشكل واضح مؤثرة على تفكيره، وعلى ثقافته، وعلى سلوكه، مُشكِّلة لشخصيته من خلال ما يضخه المسيطرون على شركات الإعلام من ثقافات يريدون للمتلقي التشبع بها، ويقول (بورستين) إن التلفاز يعد أروع عدسة لها هذه الزاوية المشعة التي اخترعها الإنسان، والتلفاز له تأثير ساحق في نطاق مفهوم الإنسان المعاصر[106].

إن التطور التقني والعلمي خدم القنوات الفضائية، وأوصل البث إلى جميع دول العالم، وأصبح المشاهد يتابع الأحداث السياسية والرياضية في أي مكان من الكرة الأرضية.

إن وسائل الاتصال الجماهيري لها تأثير على النشء، وبالأخص القنوات الفضائية، فقد أصبحت ذات أهمية بالغة الأثر، ليس على الصعيد الإعلامي فحسب وإنما على جميع أنماط الحياة، فهي تعمل بطريقة أو بأخرى في التأثير على حياتنا سلبًا أو إيجابًا. فلو أحسن استغلالها فسوف تكون ذات تأثير فاعل في تشكيل سلوك النشء، و إذا لم تستغل الاستغلال الجيد فإنها ستكون معول هدم للأبناء[107].

إن الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية في الحياة الاجتماعية والثقافية مغير لسلوك الأفراد والمجتمعات المعاصرة؛ بسبب تأثيرها الكبير في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم عن كافة شئون الحياة، بالإضافة إلى ما تقوم به من تزويد الأفراد بالخبرات المتنوعة في كثير من المجالات[108].

105- محمد منير حجاب. وسائل الاتصال- نشأتها وتطورها، مرجع سابق، ص 180.

106- رضا هاني. الرأي العام والدعاية، ط 1 (القاهرة: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1998) ص 77.

107- فاروق البوهي وفوزية الشنو. وسائل الإعلام المرئي وأثرها على شخصية الطفل العربي وثقافته (القاهرة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر 1996) ص 123.

108- فؤاد بكري. التعليم والإعلام وتشكيل الوعي الثقافي للطفل. المؤتمر العلمي الأول (جامعة القاهرة، كلية رياض الاطفال، 1996) ص 112.

خصائص القنوات الفضائية[109]:

1. إنتشار الموجات اللاسلكية في الفضاء الخارجي يخلّصه من العقبات التي تصادفه في الجو الأرضي، حيث يتكثف الغلاف الجوي، ويشحن بالمؤثرات الكهربائية؛ ممّا يؤدي إلى توجيه الانتشار وزيادة الشوشرة.

2. قلة تكاليف إذا أخذنا في الاعتبار تعدّد الأهداف التي يمكن تحقيقها عن طريق الأقمار الصناعية ونوعية الإشارة العالية.

3. سهولة الاتصال عبر المحيطات والقارات سواء بإشارة تليفونية أو تلفزيونية، يحقق الاحتياجات الاتصالية للمناطق المختلفة.

4. يمكن استخدامها بشكل مكثف على أساس اقتصادي يتيح السرعة والوضوح في نقل الأحداث والمعلومات من مكان إلى آخر على سطح الأرض.

5. يصدر الإرسال اللاسلكي إلى المحطات الأرضية من هوائيات القمر الذي يرتفع في مداره إلى 36 ألف كيلو متر، وينتشر هذا الإشعاع الراديوي في خطوط مستقيمة تصل إلى سطح الأرض فتغطي مساحة تعادل مساحة الأرضية.

أبرز مظاهر التغيير الّذي تمارسه القنوات الفضائية على المجتمع[110]:

1- خطورة ما تبثه القنوات الفضائية من الدول المرسلة التي تملك وتدير مثل هذه القنوات والبلدان التي تستقبلها؛ ممّا يجعلها في وضع المتأثر، بسبب الفوارق الثقافية والاجتماعية الكبيرة بينهم، وهو وضع خطير خاصة إذا علمنا أنّ 80% من الأخبار والمادة الإعلامية تأتي من الدول الصناعية في مقابل 10-30% من البلاد النامية، وهذا الزخم الهائل من المواد الإعلامية ينبئ بعواقب وخيمة اجتماعية وثقافية، بل حتى سياسية وأمنية.

2- إقصاء الثقافات المحلية حيث تعمد القنوات الفضائية التي تسيطر عليها الدول الصناعية، وتخضع لثقافات البلاد الموجودة بها، فإنّ الملاحظ أنّ الدول المنتجة للمادة الإعلامية تنزع إلى إهمال الثقافات الأخرى، ولا تعرض منها إلا ما هو طريف وعجيب.

3- تجزئة الثقافة المحلية؛ لأنّ الأخبار والمادة العلمية المتعلقة بالثقافات المحلية تأتي مبسطة ومجزأة بل وأحيانا مشوهة ومجافيه للواقع، ومن الممكن أن تشير إلى أن النظام الإعلامي بطابعه المثير والمؤثر والمعلومات المتعددة والمتنوعة وغير المترابطة تؤدي إلى تفتت التنشئة الاجتماعية.

109- سوزان القليني. تكنولوجيا الاتصالات ونظم المعلومات، ط 1 (القاهرة: دار النهضة العربية، 2004) ص 36.

110- http://www.ejtemay.com/showthread.php?t=42902

المبحث الثاني

4- تعدد القنوات الفضائية فيه خطورة ملحوظة على الثقافات الوطنية وذوبانها أو طمس بعض معالمها في ظل هذا الفيض الإعلامي الموجّه لصالح ثقافة البلدان المنتجة مع ما يتبعه من تنميط ثقافي وتصدير لمثل عليا، ونماذج، وأبطال، وسلوكيات، وتوجهات، وقيم، وأسلوب حياة وافدة ومفروضة بشكل فوقي، يمس بعض أساليب الحياة الاجتماعية، وقد يطغى على ملامح الثقافات الوطنية التقليدية.

5- التأثير المباشر على التنشئة الاجتماعية؛ فالأمر الملحوظ أن تأثير القنوات الفضائية أو الاتصال الجماهيري في عمليات التنشئة الاجتماعية قد بدا بارزًا، حيث دخلت القنوات الفضائية كل بيت، وخاطبت كل فرد صغيرًا وكبيرًا، واقتحمت كل الميادين، فتغيرت القيم وتبدل السلوك الجمعي.

6- أدت القنوات الفضائية إلى قولبة فكرية وحياتية يخشى أن تنال من متانة الخصائص الذاتية للثقافة المحلية، وفي أبسط الأمور قد تمس القيم الاجتماعية للمتلقي نفسه.

المبحث الثالث

ميثاق العمل الوطني

دواعي التغيير في مملكة البحرين[111]:

انطلق المشروع الإصلاحي لمملكة البحرين في مرحلته الحالية منذ تولي الملك حمد بن عيسى آل خليفة حكم البلاد في مارس 1999م، بعد أن انتقل إلى رحمة الله والده المغفور له الشيخ عيسى بن سلمان آل خليفة، ومن ثمّ فإن هذا المشروع جاء ليتواكب مع عدد من المتغيرات الرئيسية، وهي كالتالي:

1- تولي شخصية جديدة وشابة مقاليد السلطة في دولة البحرين ترغب في التغيير.

2- مرور البحرين بحالة من التغير السياسي والانفتاح التدريجي في عقد التسعينات بإنشاء مجلس الشورى عام 1992 بعد مرحلة من الاحتقان السياسي، تلتها مراحل من التوتر الداخلي من حين لآخر.

3- تغير المفاهيم في السياسة الدولية، حيث ظهر إلى الساحة مفهوم التساند الدولي، ومفهوم التسوية السلمية للمنازعات. ومن هنا حدث التغير نحو حل عدد من المشاكل المزمنة؛ مما أدى إلى سقوط النظام العنصري في جنوب أفريقيا، وتطور عملية السلام في كمبوديا وفي عدة دول من أمريكا الجنوبية والوسطى.

4- حدوث تغير في المناخ الدولي اتصالاً بانهيار الاتحاد السوفيتي السابق وكتلة الاشتراكية، وما أعقب ذلك من تحول نحو الديمقراطية السياسية والليبرالية الاقتصادية في شرق أوروبا وبعض مناطق أخرى من العالم.

5- الانتهاء من الجولات الهامة لتحرير التجارة الدولية بعد جولة أورجواي عام 1994، ثم إنشاء المنظمة العالمية للتجارة WTO عام 1995.

6- حدوث انفراج سياسي على الساحة الإقليمية بالتوصل إلى اتفاقات أوسلو ومعاهدة السلام الأردنية الإسرائيلية وبدء الدعوة إلى تجمع الشرق الأوسط الجديد وشمال أفريقيا للتعاون الاقتصادي.

7- إعلاء مفاهيم جديدة في السياسة الدولية والسعي لتطبيقها على مختلف الدول؛ باعتبارها معايير عالمية عامة لا تخضع لمفهوم السيادة الوطنية، وفي مقدمتها مفاهيم حقوق الإنسان وسيادة القانون والانتخابات الحرة النزيهة والمجتمع المدني ونحو ذلك.

8- حدوث تطورات إقليمية خليجية بانتهاء حرب العراق وإيران التي استمرت زهاء عقد من الزمن، وتلاها غزو العراق للكويت، ثم عاصفة الصحراء لتحرير الكويت، وهي تطورات أثرت في حالة الاستقرار السياسي والاجتماعي

111- محمد بن جاسم الغتم ومحمد نعمان جلال. نظرة استراتيجية على مملكة البحرين والمنطقة العربية في إطار دولي، ط 2 (المنامة: مركز البحرين للدراسات الاستراتيجية، 2004) ص 105- 106.

المبحث الثالث

في منطقة الخليج العربي خاصة[112] وفي هذا الإطار يمكن القول بأن هذه المنطقة تشهد عملية تحول سياسي، أو بعبارة أخرى إنها تعيش في مرحلة مخاض سياسي نحو الديمقراطية، لكن بدرجات متفاوتة، وهذا التحول يمكن وصفه بأنه تطور دستوري نحو بناء المؤسسات بما يتلاءم مع الخصائص الذاتية للمنطقة، وذلك لإن مدى التحول الديمقراطي يختلف من دولة إلى أخرى[113]. وبطريقة أخرى شهدت منطقة الخليج تفاعلات وتأثيرات سياسية متبادلة عابرة للحدود بين دولها، في إطار ما يسميه البعض بظاهرة «الأواني السياسية المستطرقة»، بمعنى أن زيادة المد الانفتاحي السياسي في دولة معيّنة، يتم استيعاب جانب منه بحالة مد سياسي في دول أخرى، وهو وضع يمكن إرجاعه أيضًا إلى ما يسميه البعض «ظاهرة النفاذية»[114].

9- الإرادة الشعبية لدى مواطني دولة البحرين، فقد تميزت بارتفاع وتيرة الحراك السياسي فيها، وتجلى ذلك في مظاهر عدة من خلال العرائض المختلفة والمنشورات واللقاءات.[115]

10- حل إشكالية حالة العنف: إن الأوضاع الداخلية في البحرين خلال عقد التسعينيات اتخذت منحى قلق حيث تطورت مشكلة العنف لتصل إلى درجات غير معتادة، بحيث أصبحت تمثل تهديدًا للمجتمع[116].

11- عدم تمثيل النظام السياسي لشرائح محددة في المجتمع، والقيام بإصلاح شامل يضمن حقوق الأقليات، ويمكنها من الحصول على نصيب عادل من الثروة والسلطة، ويسمح لها بالاندماج ارتكازا على رابطة المواطنة[117].

12- الطبقة الوسطى الجديدة: تشير مؤشرات التنمية البشرية إلى أنه قد ارتفع معدل التعليم في البحرين، وانخفضت نسبة الأمية (حيث وصلت نسبة الإلمام بالقراءة والكتابة 91% بالنسبة للذكور، وحوإلى 84% بين الإناث)، وارتفاع معدلات التنمية بها، وهو ما يسهم في تنامي درجات الوعي السياسي والثقافي لدى شرائح مجتمعية مختلفة، وهم نخب جديدة مكونة من تكنوقراط ومثقفين ومتعلمين، سواء أساتذة جامعة أو رجال أعمال أو صحفيين أو مفكرين، والتي بدأت في البروز على الساحة البحرينية بداية عقد التسعينيات من القرن الماضي، وارتبطت بفكرة العرائض التي تقدم بها مجموعة من المثقفين ذات الأطياف السياسية المتعددة والتيارات الفكرية المتباينة، والتي تطالب بالتحول نحو الديمقراطية[118].

112- محمد بن جاسم الغتم ومحمد نعمان جلال. نظرة استراتيجية على مملكة البحرين والمنطقة العربية في إطار دولي، مرجع سابق، ص 105- 106.

113- محمد نعمان جلال. النظام السياسي في مملكة البحرين، ط 2 (المنامة: مركز البحرين للدراسات والبحوث، 2007) ص 63.

114- محمد سعد أبو عامود. التطور السياسي في مجلس التعاون الخليجي، مجلة شئون خليجية، العدد 35 (الكويت: مركز الخليج للدراسات الاستراتيجية، 2003) ص 96.

115- صقر عيد. الأبعاد التاريخية والقانونية لميثاق العمل الوطني، ط 1، 2008، ص 38.

116- http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=218594&eid=584 الأهرام الرقمي، مقالات وكتاب، 25 نوفمبر 2012م

117- مجموعة من الباحثين. التعليم والعالم العربي: تحديات الألفية الثالثة، ط 1 (أبو ظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 2000) ص22.

118- عبد الرحمن النعيمي. «مطلب الديمقراطية وحقوق الإنسان وتنمية المجتمع المدني»، مجلة المستقبل العربي، العدد 813(بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2005) ص 79.

13- الثورة في مجال الإعلام والمعلومات والاتصالات: إن نوعية مطالب وطموحات الإنسان في البحرين قد تغيرت بفعل التأثير المتزايد لوسائل الإعلام في عصر العولمة الذي صار ينقل تجارب المجتمعات الأخرى السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية على الهواء، بما يصعب معه وضع أية آلية للرقابة الفعالة على هذه المواد الإعلامية المنتشرة عبر الأقمار الصناعية، فالعالم بات يشهد ظاهرة غير مألوفة من قبل وهي «السماوات المفتوحة». ومن ثم، فإن مسألة التحول الديمقراطي لم تعد مسألة داخلية، وإن آثارها قد تمتد لدول أخرى، وهذا أمر جديد لم يكن معهودًا من قبل[119].

التمهيد لإطلاق ميثاق العمل الوطني:

بعد تولي الملك حمد بن عيسى آل خليفة مقاليد الحكم، جاء الطرح الأول لمفهوم التحديث والتطور السياسي بفكر جديد في خطابه في 16 ديسمبر 1999[120]م، وتمهيدًا لإطلاق مشروعه الإصلاحي المتمثل في ميثاق العمل الوطني فقد عمل على إنجاز العديد المواضيع المهمة حسب تسلسل زمني وتمس الحراك السياسي، وهي كالتالي:

1 - تحسين الوضع المعيشي للمواطن:

وتعتبر هذه أولى المبادرات عندما منح أمير البلاد في ديسمبر عام 2000م العاملين في القطاع العام جميعهم راتب شهر كامل، إضافة إلى إعلانه في تاريخ 16 ديسمبر في كلمته بمناسبة العيد الوطني عن إسقاط 50% من القُروض المستحقة على المستفيدين من قُروض الإسكان والخدمات الأخرى، وتملك البيوت والشقق السكنية لمن دفع نصف قيمتها[121].

2 - ضمان الحريات العامة وتشجيع الحوار الوطني:

عملت القيادة على دعوة كل مواطن بحريني صاحب فكر ورأي للإدلاء به بكل حرية ووضوح، ولم تتوقف هذه الدعوة عند البحرينيين في الداخل فحسب بل امتدت إلى أولئك الموجودين خارج البحرين، والذين فتحت لهم أبواب بلدهم للعودة إليها وليشاركوا في صنع مستقبلها، ومن هنا تعددت كتابات المفكرين والمتخصصين البحرينيين في الصحف المحلية والعربية فضلًا عن لقاءاتهم مع الإذاعات والفضائيات وحواراتهم في الندوات والمؤتمرات التي طرحت كافة قضايا الوطن للبحث والمناقشة[122].

119- ثائر عبد الفتاح محمود. العملية الانتخابية في البحرين وأثرها في التحول الديمقراطي خلال الفترة من 2006 - 2010، رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة: جامعة الدول العربية، 2012).

120- محمد نعمان جلال. النظام السياسي في مملكة البحرين، مرجع سابق، ص 73.

121- صقر عيد فارس. الأبعاد التاريخية والقانونية لميثاق العمل الوطني البحريني، مرجع سابق، ص 42.

122- محمد أحمد عبد الله وبشير زين العابدين. تاريخ البحرين الحديث، ط 1 (جامعة البحرين: مركز الدراسات التاريخية 2009) ص 201.

المبحث الثالث

وإثباتًا على جدية الحوار الوطني وأهمية إطلاق الحريات العامة فقد أعلن عاهل البلاد في الخامس من فبراير 2001م عفوًا عامًا بإصدار المرسوم بقانون رقم (10) لسنة 2001م بالعفو العام الشامل عن الجرائم الماسة بالأمن الوطني[123]، وأفرج بموجب هذا المرسوم بقانون عن جميع السجناء والمعتقلين السياسيين، وسمحت السلطة بعودة الأشخاص الموجودين في خارج البحرين، وألغي قانون ومحكمة أمن الدولة بناءً على المرسوم رقم (4) لسنة 2001م بشأن إلغاء اختصاص المحكمة الخاصة بنظر الجرائم الماسة بأمن الدولة الخارجي والداخلي[124].

وصاحب هذه الإجراءات تفاعل شعبي كبير مع الخطوات التي اتخذها عاهل البلاد في سبيل ضمان الحريات العامة، حيث شهدت البحرين معدلاً كبيرًا في عقد الندوات وتنظيم المؤتمرات والملتقيات العامة وحلقات النقاش التي تطرقت إلى كل القضايا دون أي رقابة أو منع، حيث أتيحت الفرصة لكافة المؤسسات والجمعيات الأهلية والمهنية والأندية بألوانها واتجاهاتها المختلفة لتنظيم هذه الفعاليات التي ناقشت قضايا الإصلاح الديمقراطي والميثاق والمجتمع المدني والاقتصاد والبطالة وغيرها، وأتيح لمنظميها اختيار المتحدثين دون أي تدخل أو مطالبة بالحصول على ترخيص لعقدها، بل إن الدولة قد سعت للاستماع إلى الآراء المختلفة والاستفادة منها في تطوير وتحديث العديد من القوانين[125]، إضافة إلى إيفاد المسؤولين من الدولة للرد على أي استفسارات.

كما عمل أيضًا على دعم الحوار الوطني، وذلك من خلال الزيارات الشاملة للعديد من مناطق البلاد حيث لاقى فيها الترحيب والاحتفاء وتلمس من خلالها تطلعات وطموحات أهلها بدون وسيط أو رقيب، كما استقبل في مناسبات عديدة رموز المجتمع البحريني من كافة الفئات والطوائف وتلمس رؤاهم ومقترحاتهم حول مسيرة الإصلاح[126].

3 - الاهتمام بدور الصحافة وحرية التعبير:

كما اهتم عاهل البلاد بحرية الصحافة وأهمية دورها في توعية المجتمع، ونظر إليها بوصفها حلقة وصل واتصال مهمّة بين الدولة والمجتمع؛ لتنقل بكل صراحة وموضوعية وجهات النظر المختلفة وتوصل رسالة الشعب إلى السلطة السياسية، ولهذا فقد حرص جلالة الملك على تشجيع تأسيس جمعية للصحفيين عام 2000م ومنحها مقرًّا تباشر منه أعمالها، ووجه بإصدار قانون الصحافة ليتلاءم مع الأجواء الديمقراطية التي تشهدها البحرين.[127]

وتزامنًا مع التوجيهات السابقة فقد قامت الحكومة في تلك الفترة بمنح المزيد من التراخيص لإصدار الصحف الجديدة؛ لكي تساهم في إثراء العمل الصحفي في البحرين، ونشر الثقافة والمعرفة بين المواطنين، حيث وصل عدد

123- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 7 فبراير 2001) العدد 2463.

124- محمد أحمد عبد الله وبشير زين العابدين. تاريخ البحرين الحديث، مرجع سابق، ص 202.

125- المرجع السابق، ص 202.

126- المرجع السابق، ص 202.

127- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 14 فبراير 2002) العدد 2465.

المطبوعات بأنواعها المختلفة التي تدخل البحرين إلى أكثر من مليوني مصنف في العام، لدرجة أن المعهد الدولي لحرية الصحافة أشاد في مارس 2002م بالخطوات الإصلاحية التي اتخذها جلالة الملك، وتصنيف منظمة فريدم هاوس البحرين في المرتبة الثانية عربيًا من حرية الصحافة، وذلك في تقريرها السنوي الصادر في عام 2002م[128].

4 - دعم حقوق الإنسان:

مثلت قضية حقوق الإنسان إحدى الركائز الأساسية التي يقوم عليها المشروع الإصلاحي، انطلاقًا من إيمانه بأن الإنسان البحريني هو رأس المال الحقيقي لأي تنمية، ومن أجل رفاهيته وازدهاره وضعت خطة المشروع الإصلاحي بأسرها. وفي هذا الإطار جاءت الخطوات والإجراءات المتعددة والمتسارعة التي اتخذها عاهل البلاد على صعيد تعزيز وحماية حقوق الإنسان، ومن أهمها[129]:

- قرارات العفو عن السجناء والمعتقلين السياسيين، ففي يونيو 1999م قرر إطلاق سراح 320 من الموقوفين والمسجونين في جرائم الحق العام والعفو عن عدد من الموجودين في الخارج[130].
- إصدار المرسوم بقانون رقم (34) لسنة 1999م في 17 سبتمبر 1999م، بتعديل بعض أحكام المرسوم بقانون رقم (4) لسنة 1984م بالانضمام إلى اتفاقية مناهضة التعذيب وغيرها من ضروب المعاملة أو العقوبة القاسية أو اللإنسانية أو المهينة التي اعتمدتها الجمعية العامة للأمم المتحدة في 10 ديسمبر 1985م[131].
- إصدار الأمر الأميري رقم (24) لسنة 1999م بإنشاء لجنة حقوق الإنسان في مجلس الشورى الصادر في 10 أكتوبر 1999م وذلك بعد مرور ستة أشهر فقط من تولي جلالته مقاليد الحكم، وتمتعت هذه اللجنة بصلاحيات واسعة في مباشرة أعمالها، ولم تخضع لأي رقابة من أي جهة رسمية، وكانت قراراتها وتوصياتها ترفع مباشرة إلى القيادة السياسية لاتخاذ ما يلزم حيالها[132]، كما حدد المرسوم اختصاصاتها في دراسة التشريعات والنظم المعمول بها في البحرين، وخاصة فيما يتعلق منها بمسائل تدخل ضمن مجالات حقوق الإنسان واقتراح التعديلات التي تراها مناسبة في هذا الشأن والإسهام والتعاون مع الأجهزة الرسمية المعنية في تنمية الوعي بحقوق الإنسان والعمل على حمايتها واقتراح الحلول المناسبة لها، وتوثيق العلاقة مع المنظمات الدولية بحقوق الإنسان[133] والتحقيق في شكاوي المواطنين حول انتهاكات حقوق الإنسان.

128- محمد أحمد عبد الله وبشير زين العابدين. تاريخ البحرين الحديث، مرجع سابق، ص 204.

129- المرجع السابق، ص 204.

130- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 18 أغسطس 1999) العدد 2386.

131- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 13 أكتوبر 1999) العدد 2394.

132- وزارة الإعلام شئون الإعلام الخارجي. ملك وخمس سنوات من الإنجازات، ط 1 (البحرين: المطبعة الحكومية، 2004) ص 40.

133- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 7 فبراير 2001) العدد 2463.

- العفو العام الذي أصدره عاهل البلاد في فبراير 2001م، والذي أفرج بموجبه عن جميع السجناء والمعتقلين السياسيين، وإصدار الأوامر لأجهزة الدولة بتقديم كل التسهيلات للمعفو عنهم وإعادتهم إلى أعمالهم بأسرع وقت ممكن، والقضاء على كل ما يعيق عملية دمجهم في المجتمع والسماح لهم بممارسة حقوقهم السياسية كاملة[134].
- إعلان تشكيل جديد لمجلس الشورى في دورته الثالثة يوم 27 أغسطس 2000 حيث ضم التشكيل أربع سيدات، وكانت المرة الأولى التي تنال فيها المرأة البحرينية عضوية المجلس، كما أنها المرة الأولى أيضًا على مستوى برلمانات ومجالس الشورى في منطقة الخليج التي ينضم فيها للمجلس عضوان من الطائفتين المسيحية واليهودية وآخر من أصل هندي[135].

تدشين ميثاق العمل الوطني:

في وسط أجواء الانفتاح والحوار الوطني الهادف، وبعد سلسلة من الإجراءات التي اتخذت لترسيخ الحياة الديمقراطية وتعزيز حرية الفرد جاءت فكرة ميثاق العمل الوطني كتجسيد للمشروع الإصلاحي وتحديد لملامح الحياة السياسية والاقتصادية في مملكة البحرين في مطلع القرن الواحد والعشرين، وعلى الرغم من أن فكرة الميثاق كانت فكرة ملكية خالصة إلا أن عاهل البلاد قد حرص على أن لا يقوم بفرضه من قمة السلطة وإنما أعطى المجال كاملًا أمام جميع المواطنين للمشاركة في تحديد شكل هذا الميثاق الذي يعد بمثابة ركيزة لعقد اجتماعي للعلاقة بين الملك والشعب[136]، ووثيقه للعهد في المسيرة الديمقراطية يرسخ ويوثق أصالة البحرين وتميزها وتراثها الحضاري، ويؤكد وحدة الوطن، أرضًا وشعبًا وقيادةً، كما يمثل في الوقت ذاته دليل عمل للمستقبل يحدد معالم الطريق، ويستكمل مؤسسات الدولة ونظمها، ويرسم آفاق الغد الأفضل للبحرين الجديدة[137].

1- المرحلة التحضيرية للميثاق:

أصدر عاهل البلاد الأمر الأميري رقم (36) لسنة 2000م الخاص بتشكيل اللجنة الوطنية العليا لإعداد ميثاق العمل الوطني، وتضمن الأمر الأميري سبع مواد، نصت على تشكيل لجنة تتكون من (46) عضوًا - منهم ست سيدات - يمثلون مختلف شرائح المجتمع البحريني، وحدد الأمر الأميري أسماء أعضاء اللجنة وصفاتهم، وأجاز للجنة أن تستعين بمن تراه

134- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 21 فبراير 2001) العدد 2465.

135- وزارة الإعلام شئون الإعلام الخارجي. مرجع سابق، ص 40.

136- محمد أحمد عبد الله وبشير زين العابدين. تاريخ البحرين الحديث، مرجع سابق ، ص 205.

137- وزارة الإعلام شئون الإعلام الخارجي. ملك وخمس سنوات من الإنجازات، مرجع سابق، ص 40.

من ذوي الخبرة والاختصاص، على أن يرفع المشروع رئيس اللجنة الوطنية العليا لمشروع ميثاق العمل الوطني إلى جلالة الملك مشفوعًا بالتوصيات عند إعداده[138].

وفي يوم الاثنين الموافق 4 ديسمبر 2000م بدأت اللجنة العليا اجتماعاتها برئاسة الشيخ عبد الله بن خالد آل خليفة وزير العدل والشؤون الإسلامية بقصر الرفاع[139]، حيث ركزت في عملها على الخطوط العامة التي ركز عليها عاهل البلاد خلال لقاءاته مع الفعاليات المختلفة في البحرين، بهدف الإعداد لمشروع ميثاق العمل الوطني وتحديد الإطار العام للتوجهات المستقبلية للدولة في مجالات العمل الوطني، ودور مؤسسات الدولة وسلطاتها الدستورية، حيث طرحت فيها كل القضايا التي تهم البحرين: السياسية والاقتصادية والاجتماعية، واتسم الحوار بالجدية والحرص على مصلحة الوطن، واحترام الرأي والرأي الآخر[140].

وبعد إعداد اللجنة للتقرير النهائي عن المشروع، تمّ تسليمه في الثالث والعشرين من ديسمبر 2000م إلى جلالة الملك.

2- عملية التصويت على ميثاق العمل الوطني:

كانت الفكرة الأولية لإقرار ميثاق العمل الوطني أن يعرض على مؤتمر شعبي يمثل أطياف شعب البحرين، لكن عاهل البلاد رأى عكس ذلك؛ إذ أصدر الأمر الأميري رقم (8) في الثالث والعشرين من يناير 2001م والخاص بدعوة المواطنين لاستفتاء شعبي عليه.

وتضمن الأمر الأميري خمس مواد، دعت المادة الأولى منه المواطنين، رجالًا ونساءً، للحضور إلى مقر اللجان للاستفتاء على مشروع ميثاق العمل الوطني يومي الأربعاء والخميس الموافقين 14 و15 فبراير 2001م من الساعة الثامنة صباحًا وحتى الساعة السابعة مساءً، على أن تعلن نتيجة الاستفتاء على الميثاق بعد 24 ساعة من عملية انتهاء فرز الأصوات[141].

وبالفعل دعي في الرابع عشر والخامس عشر من فبراير 2001م الشعب البحريني للتصويت على ميثاق العمل الوطني، وكانت النتائج تعكس تفاعل المجتمع البحريني مع المشروع الإصلاحي لجلالة الملك وتخويله الكامل بتنفيذ خطته الطموحة لنقل البحرين إلى مملكة دستورية، تقوم على أسس راسخة تتناسب مع تحديات القرن الواحد والعشرين، فقد

138- صقر عيد فارس. الأبعاد التاريخية والقانونية لميثاق العمل الوطني البحريني، مرجع سابق، ص 45.

139- المرجع السابق، ص 46.

140- محمد أحمد عبد الله وبشير زين العابدين. تاريخ البحرين الحديث، مرجع سابق، ص 206.

141- صقر عيد فارس. الأبعاد التاريخية والقانونية لميثاق العمل الوطني البحريني، مرجع سابق، ص 47.

المبحث الثالث

شهدت عملية التصويت مشاركة كبيرة حيث بلغ مجموع المواطنين المشاركين في عملية التصويت 196,262 مواطنًا من بين 217,679 مواطن تمت دعوتهم للتصويت، أي بنسبة 92% وهي من أعلى نسب المشاركة في الديمقراطيات المعاصرة[142].

وأجمع المواطنون على موافقتهم، إذ كان عدد الأصوات الموافقة على الميثاق 194888 صوتًا، أي بنسبة 98.4% مما يدل على التفاف الشعب حول القيادة واقتناعه الكامل بما ورد في الميثاق من مبادئ، كما يشير إلى اتفاق مختلف التيارات السياسية والاتجاهات الفكرية على هذا المشروع الإصلاحي[143].

وصادق جلالة الملك على ميثاق العمل الوطني في قصر الصافرية في يوم الجمعة الموافق 16 فبراير 2001م.[144]

تفعيل ميثاق العمل الوطني:

أصدر عاهل البلاد المرسوم رقم (6) لسنة 2001م بإنشاء لجنة تفعيل ميثاق العمل الوطني في 24 فبراير 2001م برئاسة صاحب السمو الشيخ سلمان بن حمد آل خليفة ولي العهد القائد العام لقوة دفاع البحرين[145]، ثم أصدر سمو رئيس الوزراء القرار رقم (15) لسنة 2001م في 2 أبريل بتشكيل لجنة تفعيل ميثاق العمل الوطني حيث ضمت اللجنة 12 عضوًا[146].

142- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 21 فبراير 2001) العدد 2465.

143- محمد أحمد عبد الله وبشير زين العابدين. تاريخ البحرين الحديث، مرجع سابق، ص 207.

144- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 28 فبراير 2001) العدد 2466.

145- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 4 إبريل 2001) العدد 2465.

146- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 30 يناير 2002) العدد 2514.

اختلاف المعرفة المكتسبة من وسائل الإعلام بين الجمهور البحريني

الفصل الرابع

نتائج الدراسة الميدانيّة

نتائج الدراسة الميدانيّة

أولاً: خصائص عيّنة الدراسة

تكونت عيّنة الدراسة من (400) مفردة من الجمهور البحريني من مختلف محافظات مملكة البحرين، حيث يوضح الجدول التالي خصائص عيّنة الدراسة:

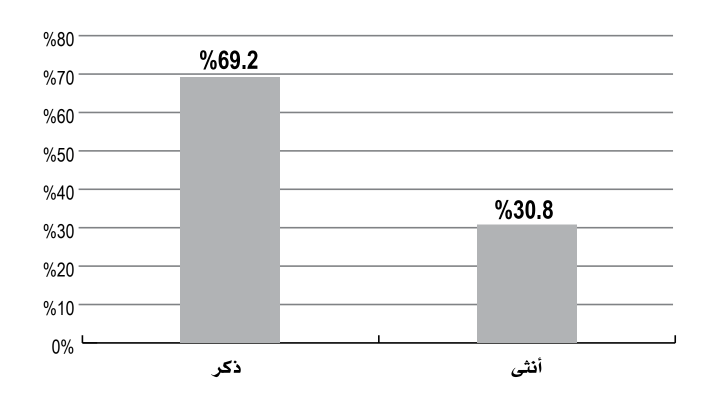
جدول رقم (7)

خصائص عيّنة الدراسة حسب متغيرات الديموجرافية

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	277	%69.2
	أنثى	123	%30.8
الحالة الاجتماعية	أعزب	216	%54.0
	متزوج	168	%42.0
	أرمل	6	%1.5
	مطلق	10	%2.5
السن	أقل من 20 سنة	47	%11.8
	من 20- لأقل من30 سنة	189	%47.2
	من30- لأقل من 40 سنة	120	%30.0
	40 سنة فأكثر	44	%11.0
المستوى التعليمي	ثانوية عامة فأقل	97	%24.2
	دبلوم	73	%18.3
	بكالوريوس	156	%39.0
	دراسات عليا	74	%18.5
المحافظة	العاصمة	78	%19.5
	المحرق	50	%12.5
	الشمالية	122	%30.5
	الجنوبية	44	%11.0
	الوسطى	106	%26.5

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة
الدخل	أقل من 300 دينار	85	%21.3
	من 300 دينار إلى أقل من 500 دينار	54	%13.5
	من 500 دينار إلى أقل من 700 دينار	107	%26.7
	من 700 دينار إلى أقل من 1000 دينار	80	%20.0
	1000 دينار فأكثر	74	%18.5
نوع ملكية السكن	تمليك	338	%84.5
	إيجار	62	%15.5
السفر للخارج	نعم	388	%97.0
	لا	12	%3.0
المجموع		400	%100

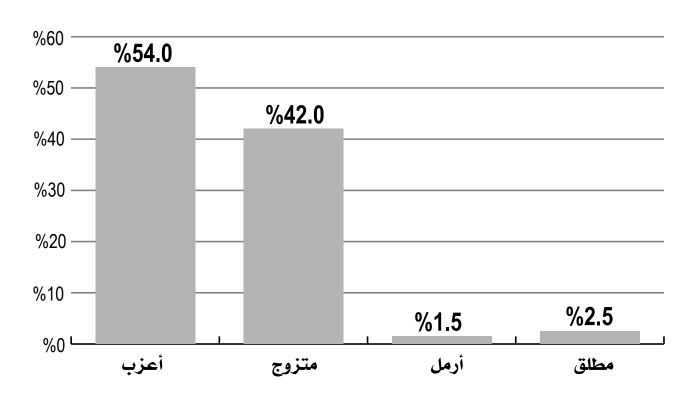
يتبين من الجدول السابق أن عينة الدراسة توزعت على الذكور والإناث بنسبة (69.2%) من الذكور و(30.8%) من الإناث، والشكل التالي يبين هذه النتائج:



شكل (3): توزيع عيّنة الدراسة حسب الجنس

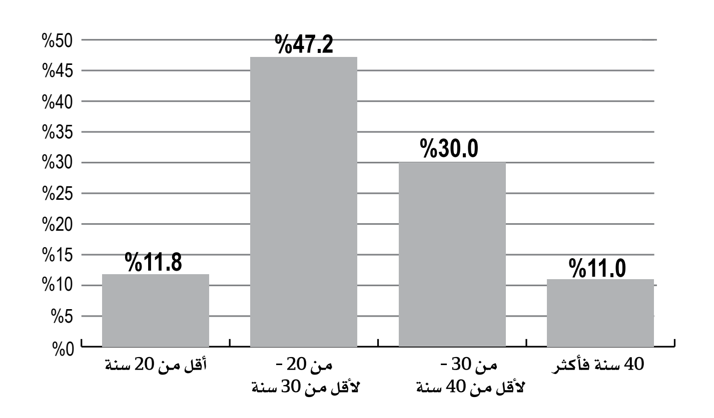
ويتبين من الجدول (7) أن عيّنة الدراسة توزعت حسب الحالة الاجتماعية بنسبة (54.0%) من العزاب و(42.0%) من المتزوجين، وباقي النسبة (1.5%) من الأرامل و(2.5%) من المطلقين، والشكل التالي يبين هذه النتائج:

نتائج الدراسة الميدانيّة



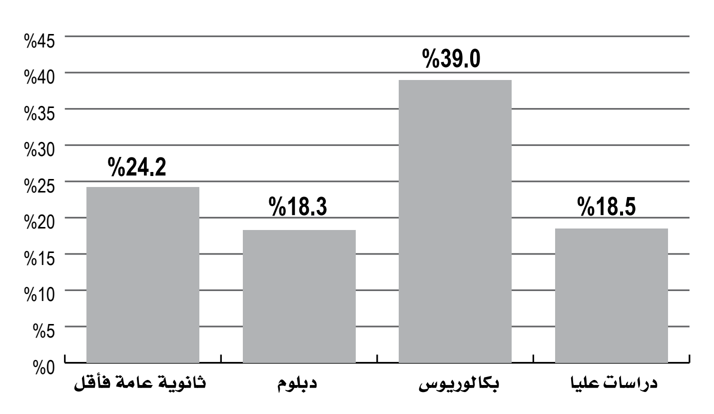
شكل (4): توزيع عيّنة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

ويتبين من الجدول (7) أن عينة الدراسة توزعت حسب السن بنسبة (11.8%) من العمر أقل من 20 سنة و(47.2%) من العمر من 20- لأقل من30 سنة، و(30.0%) من العمر من 30- لأقل من 40 سنة و(11.0%) من العمر 40 سنة فأكثر، والشكل التالي يبين هذه النتائج:



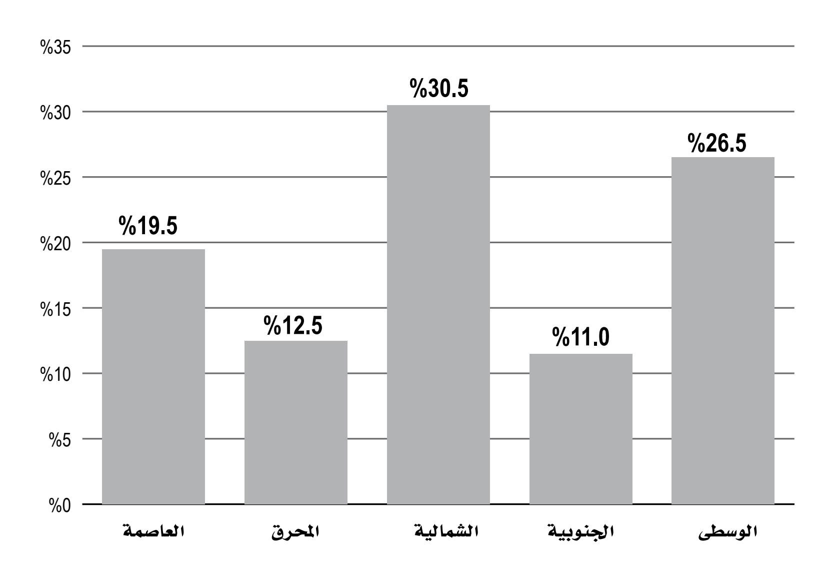
شكل (5): توزيع عيّنة الدراسة حسب السن

ويتبين من الجدول (7) أن عيّنة الدراسة توزعت حسب المستوى التعليمي بنسبة (24.2%) من حملة مؤهل ثانوية عامة فأقل و(18.3%) من حملة مؤهل دبلوم، ونسبة (39.0%) من حملة مؤهل بكالوريوس و(18.5%) من حملة مؤهل دراسات عليا، والشكل التالي يبين هذه النتائج:



شكل (6): توزيع عيّنة الدراسة حسب المستوى التعليمي

ويتبين من الجدول (7) أن عيّنة الدراسة توزعت حسب المحافظة بنسبة (19.5%) من محافظة العاصمة، و(12.5%) من محافظة المحرق، ونسبة (30.5%) من المحافظة الشمالية، و(11.0%) من المحافظة الجنوبية، و(26.5%) من المحافظة الوسطى، والشكل التالي يبين هذه النتائج:

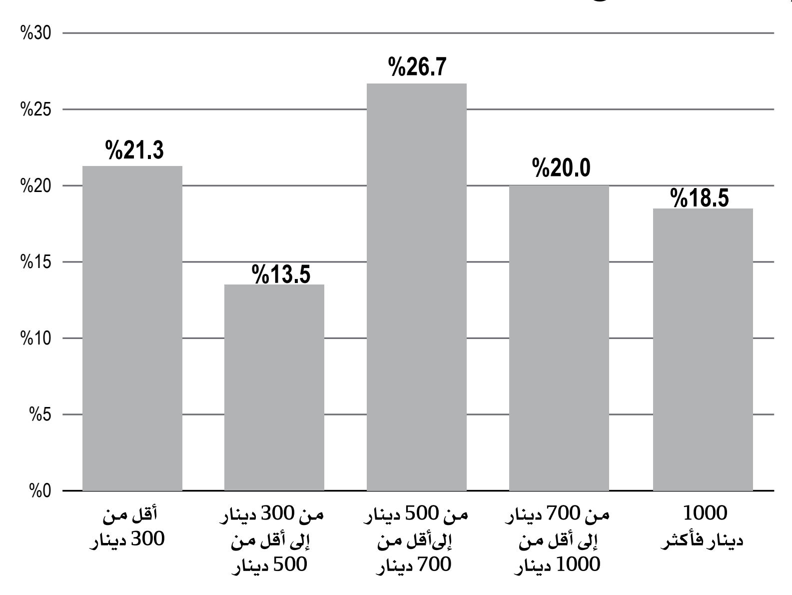


شكل (7): توزيع عيّنة الدراسة حسب المحافظة

ويتبين من الجدول (7) أن عيّنة الدراسة توزعت حسب الدخل بنسبة (21.3%) من ذوي الدخل أقل من 300 دينار، ونسبة (13.5%) من ذوي الدخل من 300 دينار إلى أقل من 500 دينار و(26.7%) من ذوي الدخل من 500 دينار إلى أقل

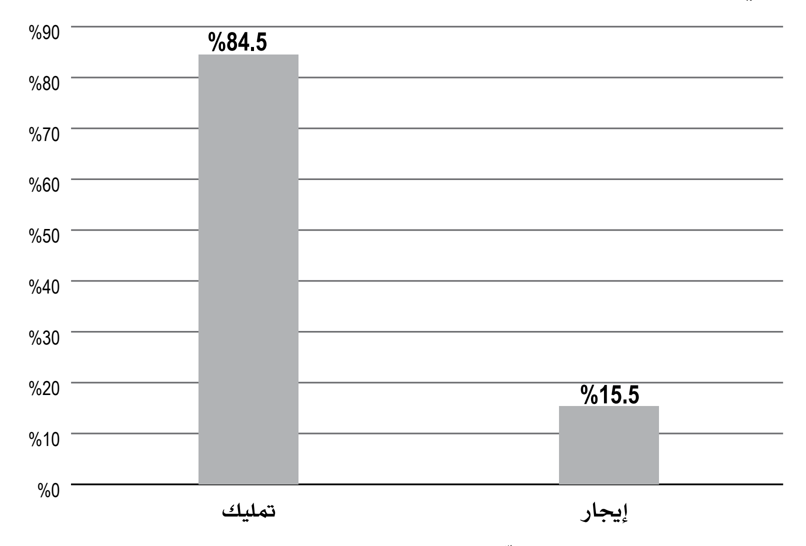
نتائج الدراسة الميدانيّة

من 700 دينار، و(20.0%) من ذوي الدخل من 700 دينار إلى أقل من 1000 دينار، و(18.5%) من ذوي الدخل 1000 دينار فأكثر، والشكل التالي يبين هذه النتائج:



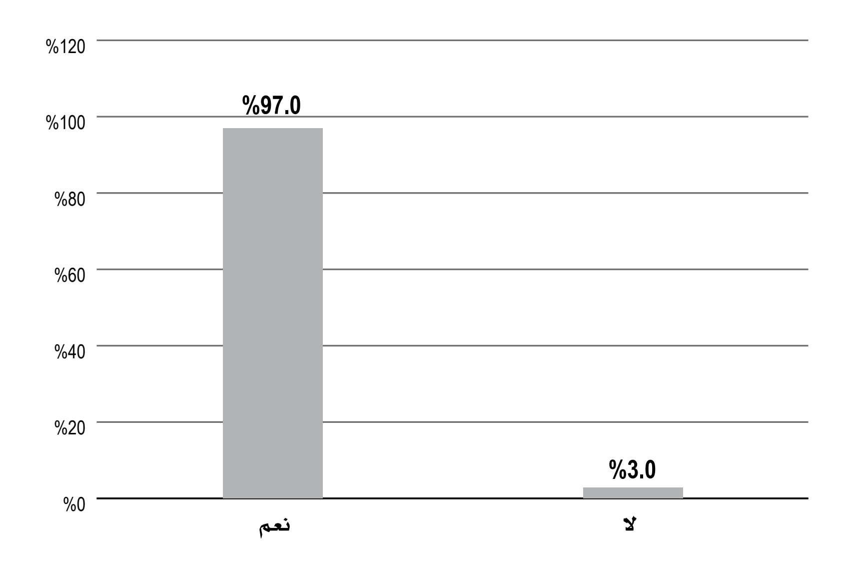
شكل (8): توزيع عيّنة الدراسة حسب الدخل

ويتبين من الجدول (7) أن عينة الدراسة توزعت حسب نوع ملكية السكن بنسبة (84.5%) يملكون سكنًا، و(15.5%) يستأجرون سكنًا، والشكل التالي يبين هذه النتائج:



شكل (9): توزيع عيّنة الدراسة حسب نوع ملكية السكن

ويتبين من الجدول (7) أن نسبة (97.0%) من عينة الدراسة سافروا للخارج، و(3.0%) من عينة الدراسة لم يسافروا للخارج، والشكل التالي يبين هذه النتائج:



شكل (10): توزيع عينة الدراسة حسب السفر للخارج

ثانياً: المؤشرات التحليلية للدراسة الميدانية.

يستعرض الباحث في الفصل الحالي نتائج الدراسة الحالية والتي هدفت بشكل أساسي إلى دراسة اختلاف المعرفة المكتسبة من وسائل الإعلام بين الجمهور البحريني ميثاق العمل الوطني نموذجًا، وذلك بعد استخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وهي موضحة كالتالي:

جدول رقم (8): يبين استجابات عيّنة الدراسة حسب أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور البحريني في الحصول على المعلومات

وسائل الإعلام	التكرار	النسبة المئوية
التلفزيون المحلي	205	%51.25
الراديو	115	%28.75
الصحف	261	%65.25
المجلات	65	%16.25
القنوات الفضائية	286	%71.50

يتبين من الجدول السابق أن أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور البحريني للحصول على المعلومات هي «القنوات الفضائية» بنسبة (%71.50)، فيما جاءت «الصحف» في المرتبة الثانية بنسبة (%65.25)، ثم تلاها في المرتبة الثالثة «التلفزيون المحلي» بنسبة (%51.25)، ثم في المرتبة الرابعة «الراديو» بنسبة (%28.75)، تبعها في المرتبة الخامسة «المجلات» بنسبة (%16.25)، وهي نسبة تشير إلى قدر من التوازن بين الوسائل الإعلامية المرئية منها والمكتوبة، في حين كان دور الوسائل الإعلامية المسموعة محدودًا، وقد تراجع بشكل واضح دور المجلات، وذلك راجع إلى الدور المحدود أصلا، كمًّا و كيفًا، للمجلات كمصادر إعلامية في مملكة البحرين.

جدول رقم (9): يبين استجابات عينة الدراسة حسب معدل استخدام الجمهور البحريني لوسائل الإعلام

وسائل الإعلام	دائمًا		أحيانًا		نادرًا		لا أستخدم		الوزن المرجح
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
التلفزيون المحلي	184	%46.0	122	%30.5	64	%16.0	30	%7.5	1260
الراديو	95	%23.8	148	%37.0	117	%29.3	40	%10.0	1098
الصحف	228	%57.0	120	%30.0	38	%9.5	14	%3.5	1362
المجلات	34	%8.5	114	%28.5	160	%40.0	92	%23.0	890
القنوات الفضائية	258	%64.5	113	%28.3	25	%6.3	4	%1.0	1425

يتبين من الجدول السابق أن أكثر وسائل الإعلام التي يستخدمها الجمهور البحريني هي «القنوات الفضائية»، فقد حصلت على أعلى وزن مرجح وقيمته (1425)، ويتضح من استجابات العينة أن (64.5%) دائمًا يستخدمون القنوات الفضائية، و(28.3%) أحيانًا يستخدمون هذه الوسيلة، وبلغت نسبة الذين نادرًا ما يستخدمون القنوات الفضائية (6.3%) من عينة الجمهور الخارجي، والذين لا يستخدمون هذه الوسيلة (1.0%).

تلاها في المرتبة الثانية «الصحف»، بوزن مرجح مقداره (1362)، ويتضح من استجابات العينة أن (57.0%) دائمًا يستخدمون الصحف، و(30.0%) أحيانًا يستخدمون هذه الوسيلة، وبلغت نسبة الذين نادرًا ما يستخدمون الصحف (9.5%) من عينة الجمهور الخارجي، والذين لا يستخدمون هذه الوسيلة (3.5%).

ثم جاء في المرتبة الثالثة «التلفزيون المحلي»، بوزن مرجح مقداره (1260)، ويتضح من استجابات العينة أن (46.0%) دائمًا يستخدمون التلفزيون المحلي، و(30.5%) أحيانًا يستخدمون هذه الوسيلة، وبلغت نسبة الذين نادرًا ما يستخدمون التلفزيون المحلي (16.0%) من عينة الجمهور الخارجي، والذين لا يستخدمون هذه الوسيلة (7.5%).

وجاءت في المرتبة الرابعة «الراديو»، بوزن مرجح مقداره (1098)، ويتضح من استجابات العينة أن (23.8%) دائمًا يستخدمون الراديو، و(37.0%) أحيانًا هذه الوسيلة، وبلغت نسبة الذين نادرًا ما يستخدمون الراديو (29.3%) من عينة الجمهور الخارجي، والذين لا يستخدمون هذه الوسيلة (10.0%).

تلاها في المرتبة الخامسة «المجلات»، بوزن مرجح مقداره (890)، ويتضح من استجابات العينة أن (8.5%) دائمًا يستخدمون المجلات، و(28.5%) أحيانًا هذه الوسيلة، وبلغت نسبة الذين نادرًا ما يستخدمون المجلات (40.0%) من عينة الجمهور الخارجي، والذين لا يستخدمون هذه الوسيلة (23.0%).

نتائج الدراسة الميدانيّة

وهكذا فإن الجدول السابق يتفق إلى حد كبير مع سابقه في أولوية المصادر الإعلامية المرئية، والفضائية منها على وجه الخصوص، ورغم تراجع التلفزيون المحلي إلى المرتبة الثالثة تأثرا بثورة الاتصالات وجاذبية وسائلها المتقدمة، فأنه احتل مرتبة متقدمة أيضًا بالمقارنة بالإعلام المسموع والمجلات، وإن تراجع قليلًا عن الصحف التي حافظت على تقدمها رغم اعتبارها من وسائل الإعلام التقليدية.

جدول رقم (10): يبين استجابات عينة الدراسة حسب عدد الساعات التي يقضيها الجمهور البحريني في التعرض لوسائل الإعلام يوميًا

وسائل الإعلام	لا أتابعها		أقل من ساعة		من ساعة إلى أقل من ساعتين		من ساعتين إلى أقل من 4 ساعات		4 ساعات فأكثر		الوزن المرجح
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
التلفزيون المحلي	36	%9.0	169	%42.3	105	%26.3	70	%17.5	20	%5.0	1069
الراديو	49	%12.3	209	%52.3	112	%28.0	19	%4.8	11	%2.8	934
الصحف	11	%2.8	123	%30.8	194	%48.5	65	%16.3	7	%1.8	1134
المجلات	134	%33.5	182	%45.5	55	%13.8	21	%5.3	8	%2.0	787
القنوات الفضائية	8	%2.0	69	%17.3	119	%29.8	158	%39.5	46	%11.5	1365

يتبين من الجدول السابق أن أكثر وسائل الإعلام التي يتعرض لها الجمهور البحريني يوميًا هي «القنوات الفضائية»، فقد حصلت على أعلى وزن مرجح وقيمته (1365)، ويتضح من استجابات العينة أن (2.0%) لا يتابعها، و(17.3%) يتابعها أقل من ساعة، و(29.8%) يتابعها من ساعة إلى أقل من ساعتين، وبلغت نسبة من يتابع القنوات الفضائية من ساعتين إلى أقل من 4 ساعات يوميًا (39.5%) من عينة الجمهور الخارجي، والذين يتابعونها 4 ساعات فأكثر يوميًا (11.5%).

تلاها في المرتبة الثانية «الصحف»، بوزن مرجح مقداره (1134)، ويتضح من استجابات العينة أن (2.8%) لا يتابعها، و(30.8%) يتابعها أقل من ساعة، و(48.5%) يتابعها من ساعة إلى أقل من ساعتين، وبلغت نسبة من يتابع الصحف من ساعتين إلى أقل من 4 ساعات يوميًا (16.3%) من عينة الجمهور الخارجي، والذين يتابعونها 4 ساعات فأكثر يوميًا (1.8%).

تلاها في المرتبة الثالثة «التلفزيون المحلي»، بوزن مرجح مقداره (1069)، ويتضح من استجابات العينة أن (9.0%) لا يتابعها، و(42.3%) يتابعها أقل من ساعة، و(26.3%) يتابعها من ساعة إلى أقل من ساعتين، وبلغت نسبة من يتابع

التلفزيون المحلي من ساعتين إلى أقل من 4 ساعات يوميًا (17.5%) من عينة الجمهور الخارجي، والذين يتابعونها 4 ساعات فأكثر يوميًا (5.0%).

تلاها في المرتبة الرابعة «الراديو»، بوزن مرجح مقداره (934)، ويتضح من استجابات العينة أن (12.3%) لا يتابعها، و(52.3%) يتابعها أقل من ساعة، و(28.0%) يتابعها من ساعة إلى أقل من ساعتين، وبلغت نسبة من يتابع الراديومن ساعتين إلى أقل من 4 ساعات يوميًا (4.8%) من عينة الجمهور الخارجي، والذين يتابعونها 4 ساعات فأكثر يوميًا (2.8%).

تلاها في المرتبة الخامسة «المجلات»، بوزن مرجح مقداره (787)، ويتضح من استجابات العينة أن (33.5%) لا يتابعها، و(45.5%) يتابعها أقل من ساعة، و(13.8%) يتابعها من ساعة إلى أقل من ساعتين، وبلغت نسبة من يتابع المجلات من ساعتين إلى أقل من 4 ساعات يوميًا (5.3%) من عينة الجمهور الخارجي، والذين يتابعونها 4 ساعات فأكثر يوميًا (2.0%).

جدول رقم (11): يبين استجابات عينة الجمهور حسب عدد الأيام التي يتابع فيها الجمهور البحريني لوسائل الإعلام في الأسبوع

وسائل الإعلام	يوميًا		من 4 إلى 5 أيام		من يومين إلى ثلاثة		يوم واحد		حسب الظروف		الوزن المرجح
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
التلفزيون المحلي	189	%47.3	48	%12.0	39	%9.8	48	%12.0	76	%19.0	1426
الراديو	104	%26.0	51	%12.8	103	%25.8	43	%10.8	99	%24.8	1218
الصحف	221	%55.3	71	%17.8	35	%8.8	20	%5.0	53	%13.3	1587
المجلات	26	%6.5	22	%5.5	65	%16.3	77	%19.3	210	%52.5	777
القنوات الفضائية	262	%65.5	35	%8.8	46	%11.5	22	%5.5	35	%8.8	1667

يتبين من الجدول السابق أن أكثر وسيلة إعلام يتابعها الجمهور البحريني في الأسبوع هي «القنوات الفضائية» بوزن مرجح (1667)، تلاها «الصحف» بوزن مرجح (1587)، ثم «التلفزيون المحلي» بوزن مرجح (1426)، ثم «الراديو» بوزن مرجح (1218)، تبعها «المجلات» بوزن مرجح (777).

كما يتضح من الجدول أن أكثر وسيلة إعلام يتابعها الجمهور البحريني يوميًا هي «القنوات الفضائية» بنسبة (65.5%)، تلاها «الصحف» بنسبة (55.3%)، ثم «التلفزيون المحلي» بنسبة (47.3%)، ثم «الراديو» بنسبة (26.0%)، تبعها «المجلات» بنسبة (6.5%).

ويتبين من الجدول السابق أن أكثر وسيلة إعلام يتابعها الجمهور البحريني حسب الظروف هي «المجلات» بنسبة (52.5%)، تلاها «الراديو» بنسبة (24.8%)، ثم «التلفزيون المحلي» بنسبة (19.0%)، ثم «الصحف» بنسبة (13.3%)، تبعها «القنوات الفضائية» بنسبة (8.8%).

جدول رقم (12): يبين استجابات عينة الجمهور بحسب أفضل الأوقات التي يتابع فيها الجمهور البحريني وسائل الإعلام

وسائل الإعلام	فترة الظهيرة 10- 4 عصرًا		الفترة الصباحية 6-10 ظهرًا		الفترة المسائية 4- 10 مساءًا		السهرة 10 - 6 صباحًا		حسب الظروف	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
التلفزيون المحلي	34	%8.5	32	%8.0	131	%32.8	81	%20.3	122	%30.5
الراديو	88	%22.0	91	%22.8	28	%7.0	9	%2.3	184	%46.0
الصحف	217	%54.3	62	%15.5	43	%10.8	10	%2.5	68	%17.0
المجلات	33	%8.3	43	%10.8	37	%9.3	13	%3.3	274	%68.5
القنوات الفضائية	14	%3.5	27	%6.8	186	%46.5	115	%28.8	58	%14.5

يتبين من الجدول السابق أن أكثر وسيلة إعلام يتابعها الجمهور البحريني في فترة الظهيرة هي «الصحف» بنسبة (54.3%)، تلاها «الراديو» بنسبة (22.0%)، ثم «التلفزيون المحلي» بنسبة (8.5%)، ثم «المجلات» بنسبة (8.3%)، تبعها «القنوات الفضائية» بنسبة (3.5%).

ويتبين من الجدول السابق أن أكثر وسيلة إعلام يتابعها الجمهور البحريني في الفترة الصباحية هي «الراديو» بنسبة (22.8%)، تلاها «الصحف» بنسبة (15.5%)، ثم «المجلات» بنسبة (10.8%)، ثم «التلفزيون المحلي» بنسبة (8.0%)، تبعها «القنوات الفضائية» بنسبة (6.8%).

ويتبين من الجدول السابق أن أكثر وسيلة إعلام يتابعها الجمهور البحريني في الفترة المسائية هي «القنوات الفضائية» بنسبة (46.5%)، تلاها «التلفزيون المحلي» بنسبة (32.8%)، ثم «الصحف» بنسبة (10.8%)، ثم «المجلات» بنسبة (9.3%)، تبعها «الراديو» بنسبة (7.0%).

ويتبين من الجدول السابق أن أكثر وسيلة إعلام يتابعها الجمهور البحريني في السهرة هي «القنوات الفضائية» بنسبة (28.8%)، تلاها «التلفزيون المحلي» بنسبة (20.3%)، ثم «المجلات» بنسبة (3.3%)، ثم «الصحف» بنسبة (2.5%)، تبعها «الراديو» بنسبة (2.3%).

جدول رقم (13): يبين مدى استجابات عينة الدراسة حسب وجود أيام مفضلة لدى الجمهور البحريني لمتابعة وسائل الإعلام

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم (أنتقل للسؤال رقم 7)	115	%28.75
لا (أنتقل للسؤال رقم 9)	285	%71.25
المجموع	400	%100

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (28.75%) من الجمهور البحريني قال بأنه يوجد أيام مفضلة لمتابعة وسائل الإعلام، وما نسبته (71.25%) منهم قال بأنه لا يوجد أيام مفضلة لمتابعة وسائل الإعلام، وربما يرجع ذلك إلى عدم انتظام مشاهدة ومتابعة الجمهور البحريني للوسائل الإعلامية وميلهم إلى عدم تحديد فترة محدده لمتابعتها، وهي نتيجة تعطي دلالة لكثافة استخدام المواطن للوسائل الإعلامية.

جدول رقم (14): يبين استجابات عينة الدراسة حسب أفضل الأيام التي يفضل فيها الجمهور البحريني متابعة وسائل الإعلام

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
أيام الإجازات	51	%44.35
أيام العمل	12	%10.43
جميع أيام الأسبوع	52	%45.22
المجموع	115	%100

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (%45.22) من عينة الجمهور البحريني الذين أجابوا بوجود أيام مفضلة لمتابعة وسائل الإعلام يتابعون وسائل الإعلام في جميع أيام الأسبوع، وما نسبته (%44.35) منهم يتابعها في «أيام الإجازات»، وما نسبته (%10.43) منهم يتابعها في «أيام العمل». وربما يشير ذلك إلى تضاؤل من هم يتابعون الوسائل الإعلامية في أيام العمل بالمقارنة بمن يتابعونها في كل أيام الأسبوع أو في أيام الإجازات، إلا أن هناك توازنًا بين من يتابعها في أيام الإجازات وفي جميع أيام الأسبوع، وإن تقدمت الأخيرة على الأولى.

جدول رقم (15): يبين استجابات عينة الدراسة حسب أسباب متابعة الجمهور البحريني لوسائل الإعلام في أيام معيّنة

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
يوم الإجازة الأسبوعية	37	%32.17
تقدم برامج تعجبني	57	%49.57
يوم تجمع الأهل والمعارف	12	%10.43
أكون برفقة أصدقائي	9	%7.83
المجموع	115	%100

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (%49.57) من عينة الجمهور البحريني قالوا بأنهم يتابعون وسائل الإعلام في أيام معينة بسبب «تقدم برامج تعجبني»، وما نسبته (%32.17) منهم يتابعها بسبب «يوم الإجازة الأسبوعية»، وما نسبته (%10.43) منهم بسبب «يوم تجمع الأهل والمعارف»، وما نسبته (%7.83) من عينة الجمهور البحريني يتابعون وسائل الإعلام في أيام معيّنة بسبب «أكون برفقة أصدقائي».

جدول رقم (16): يبين استجابات عينة الدراسة حسب أهمية وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور البحريني

وسائل الإعلام	التكرار	النسبة المئوية
التلفزيون المحلي	90	%22.50
الراديو	71	%17.75
الصحف	96	%24.00
المجلات	45	%11.25
القنوات الفضائية	98	%24.50
المجموع	400	%100

يتبين من الجدول السابق أن أكثر وسائل الإعلام أهمية بالنسبة للجمهور البحريني هي «القنوات الفضائية» بنسبة (24.50%)، تلاها في المرتبة الثانية «الصحف» بنسبة (24.00%)، وجاء بعدها في المرتبة الثالثة «التلفزيون المحلي» بنسبة (22.50%)، ثم في المرتبة الرابعة «الراديو» بنسبة (17.75%)، تبعها في المرتبة الخامسة «المجلات» بنسبة (11.25%)، وهذه النسب تتشابه مع ما وصلت إليه نتائج الجداول السابقة في أولوية الفضائيات على غيرها من الوسائل، وقد اقتربت منها المصادر الصحفية، وإن زادت قليلًا نسبة التلفزيون المحلي في الأهمية، إلّا أنها حافظت على ترتيبها كثالث هذه المصادر الإعلامية، وتراجع نسبيًا ثقل الراديو والمجلات في أهمية المصادر الإعلامية.

جدول رقم (17): يبين استجابات عينة الدراسة حسب أسباب متابعة الجمهور البحريني لوسائل الإعلام

وسائل الإعلام	موافق جداً		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق على الإطلاق		الوزن المرجح	الترتيب
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
تساعدني على فهم الواقع من حولي	148	%37.0	200	%50.0	50	%12.5	0	%0.0	2	%0.5	1692	1
تقوم بإزالة الغموض عن القضايا المختلفة	78	%19.5	185	%46.3	114	%28.5	21	%5.3	2	%0.5	1516	5
تساعدني في الحصول على المعلومات	139	%34.8	178	%44.5	75	%18.8	6	%1.5	2	%0.5	1646	2
قدرتها على تفسير الأحداث الجارية	68	%17.0	177	%44.3	137	%34.3	14	%3.5	4	%1.0	1491	6
تقدم وجهات النظر الموضوعية المختلفة	87	%21.8	182	%45.5	105	%26.3	26	%6.5	0	%0.0	1530	4
تراعي التغطية الشاملة في عرض الموضوعات	84	%21.0	138	%34.5	153	%38.3	25	%6.3	0	%0.0	1481	7
تهتم بتحليل القضايا بشكل جيد	73	%18.3	159	%39.8	135	%33.8	29	%7.3	4	%1.0	1468	8
تناقش الموضوعات والآراء بحيادية	66	%16.5	138	%34.5	154	%38.5	36	%9.0	6	%1.5	1422	9
قدرتها على التغطية الفورية للأحداث	142	%35.5	160	%40.0	72	%18.0	14	%3.5	12	%3.0	1606	3

يتبين من الجدول السابق أن أكثر سبب يدفع الجمهور البحريني لمتابعة وسائل الإعلام هو «تساعدني على فهم الواقع من حولي»، وحصل على أعلى وزن مرجح وقيمته (1692)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين جدا» بلغت (37.0%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (50.0%)، ونسبة «غير الموافقين» (0.0%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين جدا» فبلغت (0.5%) من العينة.

تلاه في المرتبة الثانية «تساعدني في الحصول على المعلومات»، بوزن مرجح مقداره (1646)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين جدا» بلغت (34.8%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (44.5%)، ونسبة «غير الموافقين» (1.5%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين جدا» فبلغت (0.5%) من العينة.

ثم في المرتبة الثالثة «قدرتها على التغطية الفورية للأحداث»، بوزن مرجح مقداره (1606)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين جدًا» بلغت (35.5%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (40.0%)، ونسبة «غير الموافقين» (3.5%) من العينة، أمّا نسبة «غير الموافقين جدًا» فبلغت (3.0%) من العينة.

وجاء في المرتبة الرابعة «تقدم وجهات النظر الموضوعية المختلفة»، بوزن مرجح مقداره (1530)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين جدًا» بلغت (21.8%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (45.5%)، ونسبة «غير الموافقين» (6.5%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين جدا» فبلغت (0.0%) من العينة.

تلاه في المرتبة الخامسة «تقوم بإزالة الغموض عن القضايا المختلفة»، بوزن مرجح مقداره (1516)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين جدا» بلغت (19.5%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (46.3%)، ونسبة «غير الموافقين» (5.3%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين جدا» فبلغت (0.5%) من العينة.

ثم في المرتبة السادسة «قدرتها على تفسير الأحداث الجارية»، بوزن مرجح مقداره (1491)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين جدا» بلغت (17.0%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (44.3%)، ونسبة «غير الموافقين» (3.5%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين جدا» فبلغت (1.0%) من العينة.

ثم في المرتبة السابعة «تراعي التغطية الشاملة في عرض الموضوعات»، بوزن مرجح مقداره (1481)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين جدًا» بلغت (21.0%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (34.5%)، ونسبة «غير الموافقين» (6.3%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين جدًا» فبلغت (0.0%) من العينة.

جدول رقم (18): يبين استجابات عينة الدراسة حسب الأخبار والموضوعات التي يفضل الجمهور البحريني متابعتها من خلال وسائل الإعلام

المواد والموضوعات	نعم		لا	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
النشرات الإخبارية	222	%55.5	178	%44.5
البرامج السياسية	194	%48.5	206	%51.5
البرامج الدينية	119	%29.7	281	%70.3
البرامج الرياضية	225	%56.2	175	%43.8
البرامج الاقتصادية	92	%23.0	308	%77.0
برامج الترفيه والتسلية	216	%54.0	184	%46.0
الدراما (عربية/أجنبية)	229	%57.2	171	%42.8
برامج البث المباشر	166	%41.5	234	%58.5

نتائج الدراسة الميدانيّة

يتبين من الجدول السابق أن أكثر الأخبار والموضوعات التي يفضل الجمهور البحريني متابعتها من خلال وسائل الإعلام هي «الدراما (عربية/أجنبية)» ويتابعها ما نسبته (57.2%) من عينة الجمهور البحريني، تلاها في المرتبة الثانية «البرامج الرياضية» ويتابعها ما نسبته (56.2%) من عينة الجمهور البحريني، ثم في المرتبة الثالثة «النشرات الإخبارية» ويتابعها ما نسبته (55.5%) من عينة الجمهور البحريني، وجاء بعدها في المرتبة الرابعة «برامج الترفيه والتسلية» ويتابعها ما نسبته (54.0%) من عينة الجمهور البحريني، تبعها في المرتبة الخامسة «البرامج السياسية» ويتابعها ما نسبته (48.5%) من عينة الجمهور البحريني، تلاها في المرتبة السادسة «برامج البث المباشر» ويتابعها ما نسبته (41.5%) من عينة الجمهور البحريني، ثم في المرتبة السابعة «البرامج الدينية» ويتابعها ما نسبته (29.7%) من عينة الجمهور البحريني، وجاء بعدها في المرتبة الثامنة «البرامج الاقتصادية» ويتابعها ما نسبته (23.0%) من عينة الجمهور البحريني.

جدول رقم (19): يبين استجابات عينة الدراسة حسب اهتمام
الجمهور البحريني بمتابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
أهتم دائمًا بمتابعتها	114	%28.5
أهتم إلى حد ما بمتابعتها	126	%31.5
أهتم نادرًا بمتابعتها	126	%31.5
لا أهتم بمتابعتها	34	%8.5
المجموع	400	%100

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (28.5%) من عينة الجمهور البحريني يهتم دائمًا بمتابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام، وما نسبته (31.5%) منهم يهتم إلى حد ما بمتابعتها، كما بلغت نسبة من يهتم نادرًا بمتابعتها (31.5%) من العينة، أما نسبة من لا يهتم بمتابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام فبلغت (8.5%) من عينة الجمهور البحريني، وربما يشير ذلك إلى عدم اهتمام جمهور عينة الدراسة بالموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني والتي تنتشر من خلال وسائل الإعلام، وقد يرجع ذلك إلى عدم اهتمامه بالسياسة عموما أو عدم إدراكه لدور وسائل الإعلام تلك، كمصدر يتابع من خلاله المصادر الإعلامية المختلفة.

جدول رقم (20): يبين استجابات عينة الدراسة حسب الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني التي يفضل الجمهور البحريني متابعتها من خلال وسائل الإعلام

المواد والموضوعات	التكرار	النسبة المئوية
المقومات الأساسية للمجتمع (أهداف الحكم، كفالة الحريات الشخصية، حرية العقيدة والتعبير)	64	%16.00
نظام الحكم (شكل الدولة الدستوري، الفصل بين السلطات، سيادة القانون واستقلال القضاء)	60	%15.00
الأسس الاقتصادية للمجتمع (الملكية الخاصة، الحرية والعدالة الاقتصاديتان، تنويع مصادر الدخل القومي)	55	%13.75
الأمن الوطني (نشر وحفظ النظام والأمن العام، قوة دفاع البحرين، الحرس الوطني، قوات الأمن العام)	67	%16.75
الحياة النيابية (الانتخابات، مجلس النواب، مجلس الشورى)	63	%15.75
العلاقات الخليجية (دعم مجلس التعاون ومساندة القضايا العادلة لدول الخليج العربية)	50	%12.50
العلاقات الخارجية (العلاقات مع الأمة العربية والعالم الإسلامي والمجتمع الدولي)	41	%10.25
المجموع	400	%100

يتبين من الجدول السابق أن أكثر الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني التي تفضل متابعتها في وسائل الإعلام هي «الأمن الوطني» (نشر وحفظ النظام والأمن العام، قوة دفاع البحرين، الحرس الوطني، قوات الأمن العام)، ويتابعها ما نسبته (16.75%) من عينة الجمهور البحريني، تلاها في المرتبة الثانية «المقومات الأساسية للمجتمع» (أهداف الحكم، كفالة الحريات الشخصية، حرية العقيدة والتعبير) ويتابعها ما نسبته (16.00%) من عينة الجمهور البحريني، ثم في المرتبة الثالثة «الحياة النيابية» (الانتخابات، مجلس النواب، مجلس الشورى)، ويتابعها ما نسبته (15.75%) من عينة الجمهور البحريني، وجاء بعدها في المرتبة الرابعة «نظام الحكم» (شكل الدولة الدستوري، الفصل بين السلطات، سيادة القانون واستقلال القضاء)، ويتابعها ما نسبته (15.00%) من عينة الجمهور البحريني، تبعها في

نتائج الدراسة الميدانيّة

المرتبة الخامسة «الأسس الاقتصادية للمجتمع» (الملكية الخاصة، الحرية والعدالة الاقتصاديتان، تنويع مصادر الدخل القومي)، ويتابعها ما نسبته (13.75%) من عينة الجمهور البحريني، تلاها في المرتبة السادسة «العلاقات الخليجية» (دعم مجلس التعاون ومساندة القضايا العادلة لدول الخليج العربية)، ويتابعها ما نسبته (12.50%) من عينة الجمهور البحريني، ثم في المرتبة السابعة «العلاقات الخارجية» (العلاقات مع الأمة العربية والعالم الإسلامي والمجتمع الدولي)، ويتابعها ما نسبته (10.25%) من عينة الجمهور البحريني، وهذه النسب المتقاربة تشير إلى حد كبير على وجود اهتمام ما بكل قضايا وموضوعات ميثاق العمل الوطني، وإن كان الاهتمام بالمحور الأمني ومحور أهداف الحكم والحريات، وهي أمور تمس إلى حد كبير الأوضاع في الشارع البحريني في فترة اجراء الدراسة، وهو ما يؤشر إلى تأثير جمهور العينة بالبيئة المحيطة في إجاباتهم على أسئلة الدراسة، وكذلك وجود العلاقات الخارجية مع الأمتين العربية والإسلامية والعالم في المرتبة الأخيرة، وإن كان انعكاسًا أيضًا للبيئة، إلّا أنّه يرتبط بسمة عامة ترتبط بالشأن البحريني خصوصًا والعربي والعالمي عمومًا، في تراجع اهتمام المواطنين بالشأن العام الخارجي.

جدول رقم (21): يبين استجابات عينة الدراسة حسب مستوى مناقشة الجمهور البحريني الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
لا (أنتقل للسؤال رقم 16)	216	%54.00
نعم (أنتقل للسؤال رقم 15)	184	%46.00
المجموع	400	%100

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (46.00%) من عينة الجمهور البحريني يقوم بمناقشة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، وما نسبته (54.00%) منهم لا يقوم بمناقشة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني.

جدول رقم (22): يبين استجابات عينة الدراسة حسب مع من يناقش الجمهور البحريني الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
الأهل	43	%23.37
الأصدقاء	62	%33.70
زملاء العمل	52	%28.26
زملاء الدراسة	27	%14.67
المجموع	184	%100

يتبين من الجدول السابق أن أكثر فئة يناقش معها الجمهور البحريني الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني هي «الأصدقاء» بنسبة (33.70%)، تلاها في المرتبة الثانية «زملاء العمل» بنسبة (28.26%)، ثم في المرتبة الثالثة «الأهل» بنسبة (23.37%)، وجاءت في المرتبة الرابعة «زملاء الدراسة» بنسبة (14.67%). واختلفت النتائج مع دراسة (نورة الجزاف 2012) حيث جاء الأهل والأقارب من أهم الأشخاص الذين يتم مناقشة الموضوعات المتعلقة بالأحداث الخارجية.

جدول رقم (23): يبين استجابات عينة الدراسة حسب لماذا لا يقوم الجمهور البحريني بمناقشة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
لا أجد وقتًا لذلك	52	%24.07
لا أحب مناقشته	63	%29.17
لا أجد من أناقشها معه	36	%16.67
لا أرى فائدة من ذلك	65	%30.09
المجموع	216	%100

نتائج الدراسة الميدانيّة

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (30.09%) من عينة الجمهور البحريني لا يقوم بمناقشة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني؛ بسبب «لا أرى فائدة من ذلك»، وما نسبته (29.17%) منهم بسبب «لا أحب مناقشتها»، وما نسبته (24.07%) منهم بسبب «لا أجد وقتًا لذلك»، وما نسبته (16.67%) منهم بسبب «لا أجد من أناقشها معه ».

جدول رقم (24): يبين استجابات عينة الدراسة حسب اعتماد الجمهور البحريني على المصادر الآتية للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني

وسائل الإعلام	أعتمد عليها بدرجة كبيرة		أعتمد عليها بدرجة متوسطة		لا أعتمد عليها		الوزن المرجح
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
التلفزيون المحلي	245	%61.3	121	%30.3	34	%8.5	1011
الراديو	95	%23.8	211	%52.8	94	%23.5	801
الصحف	250	%62.5	128	%32.0	22	%5.5	1028
المجلات	26	%6.5	99	%24.8	275	%68.8	551
القنوات الفضائية	122	%30.5	200	%50.0	78	%19.5	844

يتبين من الجدول السابق أن أكثر وسيلة إعلام يعتمد عليها الجمهور البحريني للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني هي «الصحف» بوزن مرجح (1028)، حيث يعتمد عليها بدرجة كبيرة (62.5%) من العينة، ويعتمد عليها بدرجة متوسطة (32.0%) من العينة، في حين تبين أن (5.5%) من العينة لا يعتمد على الصحف للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني.

تلاه في المرتبة الثانية «التلفزيون المحلي»، بوزن مرجح مقداره (1011)، حيث يعتمد عليها بدرجة كبيرة (61.3%) من العينة، ويعتمد عليها بدرجة متوسطة (30.3%) من العينة، في حين تبين أن (8.5%) من العينة لا يعتمد على التلفزيون المحلي للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني.

ثم في المرتبة الثالثة «القنوات الفضائية»، بوزن مرجح مقداره (844)، حيث يعتمد عليها بدرجة كبيرة (30.5%) من العينة، ويعتمد عليها بدرجة متوسطة (50.0%) من العينة، في حين تبين أن (19.5%) من العينة لا يعتمد على القنوات الفضائية للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني.

وجاء في المرتبة الرابعة «الراديو»، بوزن مرجح مقداره (801)، حيث يعتمد عليها بدرجة كبيرة (23.8%) من العينة، ويعتمد عليها بدرجة متوسطة (52.8%) من العينة، في حين تبين أن (23.5%) من العينة لا يعتمد على الراديو للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني.

تلاه في المرتبة الخامسة «المجلات»، بوزن مرجح مقداره (551)، حيث يعتمد عليها بدرجة كبيرة (6.5%) من العينة، ويعتمد عليها بدرجة متوسطة (24.8%) من العينة، في حين تبين أن (68.8%) من العينة لا يعتمد على المجلات للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني.

جدول رقم (25): يبين استجابات عينة الدراسة حسب حرص الجمهور البحريني على متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
أحرص على متابعتها دائمًا	112	%28.00
أحرص على متابعتها أحيانًا	119	%29.75
أحرص على متابعتها نادرًا	126	%31.50
لا أحرص على متابعتها	43	%10.75
المجموع	400	%100

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (28.0%) من عينة الجمهور البحريني يحرص دائمًا على متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، وما نسبته (29.75%) منهم يحرص أحيانًا على متابعتها، كما بلغت نسبة من يحرص نادرًا على متابعتها (31.5%) من العينة، أما نسبة من لا يحرص على متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني فبلغت (10.75%) من عينة الجمهور البحريني.

جدول رقم (26): يبين استجابات عينة الدراسة حسب استفادة
الجمهور البحريني من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
أستفيد	120	%30.0
أستفيد إلى حد ما	168	%42.0
لا أستفيد (أنتقل للسؤال رقم 21)	112	%28.0
المجموع	400	%100

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (30.0) من عينة الجمهور البحريني يستفيد من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، وما نسبته (42.0) منهم يستفيد إلى حد ما، أما نسبة من لا يستفيد من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني فبلغت (28.0) من عينة الجمهور البحريني.

جدول رقم (27): يبين استجابات عينة الدراسة حسب أوجه استفادة
الجمهور البحريني من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني

أسباب الاستفادة	درجة كبيرة		درجة متوسطة		درجة قليلة		الوزن المرجح
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
اكتساب معرفة ومعلومات جديدة	167	%58.0	121	%42.0	0	%0.0	743
تعطيني الثقة بالنفس	92	%31.9	161	%55.9	35	%12.2	633
تساعدني في مناقشة الموضوعات مع الآخرين	106	%36.8	152	%52.8	30	%10.4	652
تزيد من وعيي بما يدور حولي من قضايا	141	%49.0	123	%42.7	24	%8.3	693
السهولة في الحصول على معلومات	119	%41.3	144	%50.0	25	%8.7	670
تساعدني في تكوين آرائي تجاه الموضوعات	120	%41.7	132	%45.8	36	%12.5	660
تقدم حلولًا واقعية لبعض المشكلات التي أواجهها	53	%18.4	180	%62.5	55	%19.1	574
أجد تفسيرات عن الموضوعات التي أحتاجها	89	%30.9	166	%57.6	33	%11.5	632

يتبين من الجدول السابق أن أكثر أوجه استفادة الجمهور البحريني من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني هو «اكتساب معرفة ومعلومات جديدة»، وحصل على أعلى وزن مرجح وقيمته (743)، حيث بلغت نسبة «المستفيدين بدرجة كبيرة» (58.0%)، وبلغت نسبة «المستفيدين بدرجة متوسطة» (42.0%).

تلاه في المرتبة الثانية «تزيد من وعيي بما يدور حولي من قضايا»، بوزن مرجح مقداره (693)، حيث بلغت نسبة «المستفيدين بدرجة كبيرة» (49.0%)، وبلغت نسبة « المستفيدين بدرجة متوسطة» (42.7%)، ونسبة «المستفيدين بدرجة قليلة» (8.3%) من العينة.

ثم في المرتبة الثالثة «السهولة في الحصول على معلومات»، بوزن مرجح مقداره (670)، حيث بلغت نسبة «المستفيدين بدرجة كبيرة» (41.3%)، وبلغت نسبة « المستفيدين بدرجة متوسطة» (50.0%)، ونسبة «المستفيدين بدرجة قليلة» (8.7%) من العينة.

وجاء في المرتبة الرابعة «تساعدني في تكوين آرائي تجاه الموضوعات»، بوزن مرجح مقداره (660)، حيث بلغت نسبة «المستفيدين بدرجة كبيرة» (41.7%)، وبلغت نسبة « المستفيدين بدرجة متوسطة» (45.8%)، ونسبة «المستفيدين بدرجة قليلة» (12.5%) من العينة.

تلاه في المرتبة الخامسة «تساعدني في مناقشة الموضوعات مع الآخرين»، بوزن مرجح مقداره (652)، حيث بلغت نسبة «المستفيدين بدرجة كبيرة» (36.8%)، وبلغت نسبة « المستفيدين بدرجة متوسطة» (52.8%)، ونسبة «المستفيدين بدرجة قليلة» (10.4%) من العينة.

ثم في المرتبة السادسة «تعطيني الثقة بالنفس»، بوزن مرجح مقداره (633)، حيث بلغت نسبة «المستفيدين بدرجة كبيرة» (31.9%)، وبلغت نسبة «المستفيدين بدرجة متوسطة» (55.9%)، ونسبة «المستفيدين بدرجة قليلة» (12.2%) من العينة.

ثم في المرتبة السابعة «أجد تفسيرات عن الموضوعات التي أحتاجها»، بوزن مرجح مقداره (632)، حيث بلغت نسبة «المستفيدين بدرجة كبيرة» (30.9%)، وبلغت نسبة « المستفيدين بدرجة متوسطة» (57.6%)، ونسبة «المستفيدين بدرجة قليلة» (11.5%) من العينة.

ثم في المرتبة الثامنة «تقدم حلولاً واقعية لبعض المشكلات التي أواجهها»، بوزن مرجح مقداره (574)، حيث بلغت نسبة «المستفيدين بدرجة كبيرة» (18.4%)، وبلغت نسبة « المستفيدين بدرجة متوسطة» (62.5%)، ونسبة «المستفيدين بدرجة قليلة» (19.1%) من العينة.

جدول رقم (28): يبين استجابات عينة الدراسة حسب أسباب عدم الاستفادة من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
تعرض الأخبار والموضوعات بشكل مبالغ فيه	12	%10.7
السطحية في تناول الأخبار والموضوعات	16	%14.3
تخفي بعض الحقائق عن بعض الموضوعات	16	%14.3
تركز على وجهات نظر محددة في عرضها للأخبار والموضوعات	8	%7.1
لا أهتم بها شخصيًا	44	%39.3
طبيعة القضايا مكررة ومملة	10	%8.9
أحصل على المعرفة عن الأخبار والموضوعات عن طرق أخرى	6	%5.4
المجموع	112	%100.0

يتبين من الجدول السابق أن أكثر أسباب عدم الاستفادة من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام هو «لا أهتم بها شخصيًا» بنسبة (39.3%)، ثم في المرتبة الثانية «السطحية في تناول الأخبار والموضوعات» و«تخفي بعض الحقائق عن بعض الموضوعات» بنسبة (14.3%) لكل منهما، ثم في المرتبة الرابعة «تعرض الأخبار والموضوعات بشكل مبالغ فيه» بنسبة (10.7%)، ثم في المرتبة الخامسة «طبيعة القضايا مكررة ومملة» بنسبة (8.9%)، ثم في المرتبة السادسة «تركز على وجهات نظر محددة في عرضها للأخبار والموضوعات» بنسبة (7.1%)، ثم في المرتبة السابعة «أحصل على المعرفة عن الأخبار والموضوعات عن طرق أخرى» بنسبة (5.4%).

جدول رقم (29) :يبين استجابات عينة الدراسة حسب المدى الذي يثق به الجمهور البحريني في وسائل الإعلام للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
أثق بدرجة كبيرة	108	%27.0
أثق بدرجة متوسطة	217	%54.2
أثق بدرجة ضعيفة	55	%13.8
لا أثق بها إطلاقًا	20	%5.00
المجموع	400	%100

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (27.0%) من عينة الجمهور البحريني يثق بدرجة كبيرة في وسائل الإعلام للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، وما نسبته (54.2%) منهم يثق بدرجة متوسطة، وما نسبته (13.8%) منهم يثق بدرجة ضعيفة، في حين بلغت نسبة من لا يثق بها إطلاقًا (5.00%) من العينة.

جدول رقم (30): يبين استجابات عينة الدراسة حسب اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني

وسائل الإعلام	موافق بشدة		موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق		غير موافق على الإطلاق		الوزن المرجح	الترتيب
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
تعرض وجهات النظر المختلفة حوله	96	%24.0	157	%39.3	124	%31.0	15	%3.8	8	%2.0	1518	1
تعالج الموضوعات بكفاءة وواقعية دون تحيز لموضوعات محددة فيه	38	%9.5	153	%38.3	170	%42.5	29	%7.3	10	%2.5	1380	4
تقدم تحليلات وافية ومتعمقة حوله	55	%13.8	121	%30.3	177	%44.3	39	%9.8	8	%2.0	1376	5
تقدم كل ما يحتاجه الجمهور من معلومات بشكل منسق وسهل نحوه	48	%12.0	134	%33.5	162	%40.5	48	%12.0	8	%2.0	1366	7
تسهم في توعية الجمهور بالجوانب الإيجابية حوله	69	%17.3	147	%36.8	131	%32.8	43	%10.8	10	%2.5	1422	2
تخاطب القارئ العادي في عرضها وتحليلها نحوه	53	%13.3	111	%27.8	184	%46.0	48	%12.0	4	%1.0	1361	8
تحرص على التركيز على بعض الموضوعات المتعلقة فيه	40	%10.0	150	%37.5	151	%37.8	55	%13.8	4	%1.0	1367	6
تقوم بتوعية الجمهور بكفاءة بالجوانب المتعلقة به	45	%11.3	130	%32.5	156	%39.0	62	%15.5	7	%1.8	1344	9
تتوافر فيها المصداقية العالية	52	%13.0	84	%21.0	181	%45.3	75	%18.8	8	%2.0	1297	10
تركز على الجوانب السلبية المتعلقة فيه	32	%8.0	57	%14.3	101	%25.3	191	%47.8	19	%4.8	1092	12
تقدم تفسيرًا لجميع الموضوعات المتعلقة فيه	35	%8.8	102	%25.5	164	%41.0	78	%19.5	21	%5.3	1252	11
تشوه صورة بعض الموضوعات المتعلقة فيه	39	%9.8	68	%17.0	73	%18.3	168	%42.0	52	%13.0	1074	13
تقوم بعرض آراء خبراء ومتخصصين لتحليل الموضوعات المتعلقة فيه	67	%16.8	137	%34.3	145	%36.3	35	%8.8	16	%4.0	1404	3

يتبين من الجدول السابق أن أكثر عبارة تعبر عن اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني هي «تعرض وجهات النظر المختلفة حوله»، وحصلت على أعلى وزن مرجح وقيمته (1518)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين بشدة» بلغت (24.0%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (39.3%)، ونسبة «غير الموافقين» (3.8%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين بشدة» فبلغت (2.0%) من العينة.

تلاها في المرتبة الثانية «تسهم في توعية الجمهور بالجوانب الإيجابية حوله»، بوزن مرجح مقداره (1422)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين بشدة» بلغت (17.3%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (36.8%)، ونسبة «غير الموافقين» (10.8%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين بشدة» فبلغت (2.5%) من العينة.

ثم في المرتبة الثالثة «تقوم بعرض آراء خبراء ومتخصصين لتحليل الموضوعات المتعلقة فيه»، بوزن مرجح مقداره (1404)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين بشدة» بلغت (16.8%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (34.3%)، ونسبة «غير الموافقين» (8.8%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين بشدة» فبلغت (4.0%) من العينة.

وجاءت في المرتبة الرابعة «تعالج الموضوعات بكفاءة وواقعية دون تحيز لموضوعات محددة فيه»، بوزن مرجح مقداره (1380)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين بشدة» بلغت (9.5%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (38.3%)، ونسبة «غير الموافقين» (7.3%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين بشدة» فبلغت (2.5%) من العينة.

تلاها في المرتبة الخامسة «تقدم تحليلات وافية ومتعمقة حوله»، بوزن مرجح مقداره (1376)،وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين بشدة» بلغت (13.8%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (30.3%)، ونسبة «غير الموافقين» (9.8%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين بشدة» فبلغت (2.0%) من العينة.

ثم في المرتبة السادسة «تحرص على التركيز على بعض الموضوعات المتعلقة فيه»، بوزن مرجح مقداره (1367)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين بشدة» بلغت (10.0%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (37.5%)، ونسبة «غير الموافقين» (13.8%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين بشدة» فبلغت (1.0%) من العينة.

ثم في المرتبة السابعة «تقدم كل ما يحتاجه الجمهور من معلومات بشكل منسق وسهل نحوه»، بوزن مرجح مقداره (1366)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين بشدة» بلغت (12.0%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (2.0%)، ونسبة «غير الموافقين» (12.0%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين بشدة» فبلغت (33.5%) من العينة.

وجاءت في المرتبة الثامنة «تخاطب القارئ العادي في عرضها وتحليلها نحوه»، بوزن مرجح مقداره (1361)، وبناء على استجابات العينة يتبين أن نسبة «الموافقين بشدة» بلغت (13.3%)، وبلغت نسبة «الموافقين» (27.8%)، ونسبة «غير الموافقين» (12.0%) من العينة، أما نسبة «غير الموافقين بشدة» فبلغت (1.0%) من العينة.

جدول رقم (31): يبين استجابات عينة الدراسة حسب المصادر التي يعتمد عليها الجمهور البحريني لمتابعة الموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني

وسائل الإعلام	التلفزيون المحلي		الراديو		الصحف		المجلات		القنوات الفضائية	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
المقومات الأساسية للمجتمع	228	%57.0	22	%5.5	120	%30.0	6	%1.5	24	%6.0
نظام الحكم	162	%40.5	66	%16.5	142	%35.5	10	%2.5	20	%5.0
الأسس الاقتصادية للمجتمع	129	%32.3	36	%9.0	197	%49.3	4	%1.0	34	%8.5
الأمن الوطني	138	%34.5	29	%7.3	201	%50.3	4	%1.0	28	%7.0
الحياة النيابية	136	%34.0	46	%11.5	179	%44.8	3	%0.8	36	%9.0
العلاقات الخليجية	117	%29.3	43	%10.8	128	%32.0	10	%2.5	102	%25.5
العلاقات الخارجية	86	%21.5	32	%8.0	106	%26.5	11	%2.8	165	%41.3
المعدل الكلي	142	%35.5	39	%9.8	154	%38.5	7	%1.8	58	%14.5

تظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر المصادر التي يعتمد عليها الجمهور البحريني لمتابعة الموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني هي «الصحف» بنسبة (38.5%)، تلاها في المرتبة الثانية «التلفزيون المحلي» بنسبة (35.5%)، ثم في المرتبة الثالثة «القنوات الفضائية» بنسبة (14.5%)، ثم في المرتبة الرابعة «الراديو» بنسبة (9.8%)، تلاها في المرتبة الخامسة «المجلات» بنسبة (1.8%).

وتظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر المصادر التي يعتمد عليها الجمهور البحريني لمتابعة الموضوعات المتعلقة بـ «المقومات الأساسية للمجتمع» هي «التلفزيون المحلي» بنسبة (57.0%)، تلاها «الصحف» بنسبة (30.0%). وأن أكثر المصادر التي يعتمد عليها الجمهور البحريني لمتابعة الموضوعات المتعلقة بـ «نظام الحكم» هي «التلفزيون المحلي» بنسبة (40.5%)، تلاها «الصحف» بنسبة (35.5%). وأن أكثر المصادر التي يعتمد عليها الجمهور البحريني لمتابعة الموضوعات المتعلقة بـ «الأسس الاقتصادية للمجتمع» هي «الصحف» بنسبة (49.3%)، تلاها «التلفزيون المحلي» بنسبة (32.3%). وأن أكثر المصادر التي يعتمد عليها الجمهور البحريني لمتابعة الموضوعات المتعلقة بـ «الأمن الوطني» هي «الصحف» بنسبة (50.3%)، تلاها «التلفزيون المحلي» بنسبة (34.5%).

كما تظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر المصادر التي يعتمد عليها الجمهور البحريني لمتابعة الموضوعات المتعلقة بـ «الحياة النيابية» هي «الصحف» بنسبة (44.8%)، تلاها «التلفزيون المحلي» بنسبة (34.0%). وأن أكثر المصادر التي يعتمد عليها الجمهور البحريني لمتابعة الموضوعات المتعلقة بـ «العلاقات الخليجية» هي «الصحف» بنسبة (32.0%)،

تلاها «التلفزيون المحلي» بنسبة (29.3%). وأن أكثر المصادر التي يعتمد عليها الجمهور البحريني لمتابعة الموضوعات المتعلقة بـ «العلاقات الخارجية» هي «الصحف» بنسبة (26.5%)، تلاها «التلفزيون المحلي» بنسبة (21.5%).

جدول رقم (32): يبين استجابات عينة الدراسة حسب معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني

المواد والموضوعات	صح		خطأ	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
يهدف الحكم إلى صيانة البلاد، ورفعة شأن الدولة والحفاظ على الوحدة الوطنية	355	%88.75	45	%11.3
تساند مملكة البحرين كل قضايا الحق العربي	352	%88.00	48	%12.0
سيادة القانون من أساس الحكم في مملكة البحرين	348	%87.00	52	%13.00
تأخذ مملكة البحرين بنظام المجلسين الأول مجلس للشورى والثاني مجلس النواب	348	%87.00	52	%13.00
يقر ميثاق العمل الوطني أن تعمل الدولة على دعم وتعزيز قوة دفاع البحرين والحرس الوطني	333	%83.25	67	%16.8
يُعبر الميثاق أن الشعب هو مصدر السلطات جميعًا	330	%82.50	70	%17.5
تكفل الدولة تضامن المجتمع في تحمل الأعباء الناجمة عن الكوارث والمحن العامة	328	%82.00	72	%18.00
للأموال العامة حرمة، وعلى السلطات العامة اتخاذ كل الوسائل التي تكفل صيانتها	325	%81.25	75	%18.75
ترعى الدولة العلوم والآداب والفنون وتشجع البحث العلمي	320	%80.00	80	%20.00
يهدف ميثاق العمل الوطني إلى تحقيق المزيد من التنسيق والتقارب والتكامل في مجلس التعاون الخليجي	320	%80.00	80	%20.0
يشجع ميثاق العمل الوطني على تحديث التشريعات الاقتصادية	313	%78.25	87	%21.75
تكفل الدولة حرية العقيدة	309	%77.25	91	%22.8
لا يجوز نزع الملكية الخاصة من الأشخاص إلا لأغراض المنفعة العامة	307	%76.75	93	%23.3

نتائج الدراسة الميدانيّة

المواد والموضوعات	صح		خطأ	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
تعمل الدولة على دعم المواطن بالتدريب المستمر والتدريب التحويلي	296	%74.00	104	%26.00
تعتبر الملكية الخاصة ورأس المال والعمل حقوقًا فردية ذات طبيعة اجتماعية	271	%67.75	129	%32.3
يعين الملك (الأمير سابقًا) رئيس مجلس الوزراء والوزراء	264	%66.00	136	%34.0
يتمتع المواطنون رجالًا فقط في البلاد بحق التمتع بالحقوق السياسية	261	%65.25	139	%34.8
لا يقر الميثاق على أن تتحول مملكة البحرين إلى النظام الديمقراطي	252	%63.00	148	%37.0
لا يعتبر توفير فرص العمل للمواطنين إلزاميًا على الدولة	251	%62.75	149	%37.25
لكل مواطن حق التعبير عن رأيه بالقول أو بالكتابة فقط	245	%61.25	155	%38.75
لا يشجع ميثاق العمل الوطني على تنويع النشاط الاقتصادي ومصادر الدخل القومي	225	%56.25	175	%43.75
يعتمد نظام الحكم على مبدأ الفصل بين السلطتين التشريعية والتنفيذية فقط	216	%54.00	184	%46.00
غير ملزم على الدولة أن تعمل على الاهتمام بالموارد الطبيعية والبيئية	198	%49.50	202	%50.50
لا تكفل الدولة حرية تكوين الجمعيات الأهلية والعلمية والثقافية والمهنية والنقابات	184	%46.00	216	%54.0
المجموع	291	%72.75	110	%27.50

تظهر نتائج الجدول أن مستوى معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني بلغ (72.75%). ويتبين من الجدول السابق أن أكثر محتوى من محتويات ميثاق العمل الوطني يعرفه الجمهور البحريني هو «يهدف الحكم إلى صيانة البلاد، ورفعة شأن الدولة والحفاظ على الوحدة الوطنية» بنسبة (88.75%)، تلاه في المرتبة الثانية «تساند مملكة البحرين كل قضايا الحق العربي» بنسبة (88.00%) من عينة الجمهور البحريني، ثم في المرتبة الثالثة «سيادة القانون من أساس الحكم في مملكة البحرين» بنسبة (87.00%) من عينة الجمهور البحريني، و«تأخذ مملكة البحرين بنظام المجلسين

الأول مجلس للشورى والثاني مجلس النواب» بنسبة (87.00%) من عينة الجمهور البحريني، تبعه في المرتبة الخامسة «يقر ميثاق العمل الوطني على أن تعمل الدولة على دعم وتعزيز قوة دفاع البحرين والحرس الوطني» بنسبة (83.25%)، تلاه في المرتبة السادسة «يُعبر الميثاق أن الشعب هو مصدر السلطات جميعًا» بنسبة (82.50%) من عينة الجمهور البحريني، ثم في المرتبة السابعة «تكفل الدولة تضامن المجتمع في تحمل الأعباء الناجمة عن الكوارث والمحن العامة» بنسبة (82.00%) من عينة الجمهور البحريني، وجاء في المرتبة الثامنة «للأموال العامة حرمة، وعلى السلطات العامة اتخاذ كل الوسائل التي تكفل صيانتها» بنسبة (81.25%) من العينة، تبعه في المرتبة التاسعة «ترعى الدولة العلوم والآداب والفنون وتشجع البحث العلمي» بنسبة (80.00%)، و«يهدف ميثاق العمل الوطني لى تحقيق المزيد من التنسيق والتقارب والتكامل في مجلس التعاون الخليجي» بنسبة (80.00%).

ويتبين من الجدول السابق أن أقل محتوى من محتويات ميثاق العمل الوطني يعرفه الجمهور البحريني هو «لا تكفل الدولة حرية تكوين الجمعيات الأهلية والعلمية والثقافية والمهنية والنقابات» بنسبة (46.00%)، تلاه «غير ملزم على الدولة أن تعمل على الاهتمام بالموارد الطبيعية والبيئية» بنسبة (49.50%) من عينة الجمهور البحريني، ثم «يعتمد نظام الحكم على مبدأ الفصل بين السلطتين التشريعية والتنفيذية فقط» بنسبة (54.00%) من عينة الجمهور البحريني، ثم «لا يشجع ميثاق العمل الوطني على تنويع النشاط الاقتصادي ومصادر الدخل القومي» بنسبة (56.25%) من عينة الجمهور البحريني، تبعه «لكل مواطن حق التعبير عن رأيه بالقول أو بالكتابة فقط» بنسبة (61.25%).

ثالثًا: نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين معدل تعرض الجمهور البحريني لوسائل الإعلام (التلفزيون المحلي، الإذاعة، الصحف، القنوات الفضائية) ومستوى المعرفة المكتسبة.

جدول رقم (33):دلالة العلاقة الارتباطية بين معدل تعرض الجمهور البحريني لوسائل الإعلام ومستوى المعرفة المكتسبة

قيمة معامل الارتباط	العينة	مستوى الدلالة
0.01	400	0.811

يتبين من الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين تعرض الجمهور البحريني لوسائل الإعلام ومستوى معرفتهم بميثاق العمل الوطني، وهذه النتيجة تشير إلى أن وسائل الإعلام لا تقوم بدور فعال في تعريف الجمهور بميثاق العمل الوطني، وتتفق هنا مع دراسة (ربا البرجس 2011) على عدم وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدل تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ومستوى المعرفة المكتسبة من الأحداث الخارجية، وربما يرجع ذلك إلى أن يكون مصدر الجمهور البحريني بمعرفته بميثاق العمل الوطني هو وسائل إعلامية أخرى غير المشار إليها في الدراسة مثل الإنترنت أو الشبكات الاجتماعية، وإلى وجود حالة من السلبية وعدم الاهتمام بالسياسية لمعرفة ميثاق العمل الوطني، وبما يتضمنه من ملامح بالمجتمع البحريني.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين درجة اهتمام الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني ومستوى المعرفة المكتسبة.

جدول رقم (34): دلالة العلاقة الارتباطية بين درجة اهتمام الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني ومستوى المعرفة المكتسبة

قيمة معامل الارتباط	العينة	مستوى الدلالة
0.34	400	0.001

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا بين اهتمام الجمهور البحريني ومستوى المعرفة المكتسبة للأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام، حيث تؤدي زيادة اهتمامهم بالأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام إلى زيادة مستوى معرفتهم بها. وفي الطرف الآخر، واتفقت النتائج مع دراسة (ربا البرجس 2011) على وجود علاقة ارتباطية بين اهتمام الجمهور بالأحداث الخارجية ومستوى

المعرفة المكتسبة من الأحداث الخارجية، وربما يرجع ذلك إلى التفاعل الحادث بين الوسائل الإعلامية المختلفة وأثر ذلك على ارتفاع مستوى معرفتهم؛ باعتبار أن جزءًا أساسيًّا من المعرفة مرتبط بإدراك المواطن بما يجري حوله من أحداث سياسية واجتماعية واقتصادية، وهو ما قد اثبتته هذه الدراسة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطيه بين درجة اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الإعلام (التلفزيون المحلي، الإذاعة، الصحف، القنوات الفضائية) كمصدر للمعلومات حول ميثاق العمل الوطني ومستوى المعرفة المكتسبة.

جدول رقم (35): دلالة العلاقة الارتباطية بين درجة اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول ميثاق العمل الوطني ومستوى المعرفة المكتسبة

قيمة معامل الارتباط	العينة	مستوى الدلالة
0.16	400	0.001

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا بين درجة اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الإعلام للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني ومستوى معرفتهم بميثاق العمل الوطني، حيث تزيد معرفتهم بميثاق العمل الوطني كلما زاد اعتمادهم على وسائل الإعلام في الحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني. واتفقت النتائج مع دراسة (نورة الجزاف 2012) حيث وجدت علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية بين مستوى تعرض الشباب البحريني للانترنت ومستوى معرفتهم المكتسبة بالأحداث الخارجية، وهي تبرز إلى حد كبير دور وسائل الإعلام في رفع وعي جمهور العينة بميثاق العمل الوطني، والعكس أيضًا صحيح، فعدم الاعتمادية على وسائل الإعلام قد يؤدي إلى قدر كبير من غموض مستوى معرفة العينة بميثاق العمل الوطني وبنصوصه.

الفرض الرابع: يوجد اختلاف في مستوى المعرفة المكتسبة حول ميثاق العمل الوطني بين فئات الجمهور الأعلى والأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

جدول رقم (36): دلالة العلاقة في مستوى المعرفة المكتسبة حول ميثاق العمل الوطني بين فئات الجمهور الأعلى والأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي

قيمة معامل الارتباط	العينة	مستوى الدلالة
0.38	400	0.001

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للجمهور البحريني ومستوى معرفتهم بميثاق العمل الوطني، حيث يزيد مستوى معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني كلما زاد مستواهم الاجتماعي الاقتصادي. واتفقت النتائج مع دراسة (سامية دسوقي 2005) على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي واكتساب المعلومات عن القضايا البيئية. وربما يرجع ذلك إلى أن دائما يكون المهتمون بالشأن السياسي هم من الفئات الاكثر تعليمًا والاكثر ارتفاعا في مستواهم الاقتصادي، وذلك باعتبار أن الشأن السياسي بوجه خاص والشأن المتعلق بميثاق العمل الوطني بشكل عام من الأمور التي تثير اهتمام النخبة أكثر من اهتمام العامة والطبقات والفئات الأدنى.

الفرض الخامس: يوجد اختلاف في درجة اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الإعلام (التلفزيون المحلي، الإذاعة، الصحف، القنوات الفضائية) كمصدر للمعلومات عن ميثاق العمل الوطني وبين فئات الجمهور الأعلى والأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

جدول رقم (37): دلالة العلاقة بين درجة اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن ميثاق العمل الوطني وبين فئات الجمهور الأعلى والأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي

قيمة معامل الارتباط	العينة	مستوى الدلالة
0.05	400	0.289

يتبين من الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مستوى اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الإعلام للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي، وربما يعود ذلك إلى أن جميع فئات المجتمع تهتم بموضوعات الميثاق نظرًا لتداولها العديد من الأخبار والموضوعات الخاصة بها. واتفقت النتائج مع دراسة (أحمد الدوسري 2012) في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد

الجمهور البحريني على الصحف المحلية كمصدر للمعلومات عن القضايا الاجتماعية وبين فئات الجمهور الأعلى والأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعرفة المكتسبة حول ميثاق العمل الوطني والمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي).

وللتحقق من دلالة الفروق تبعا لمتغير النوع تم استخدام اختبار ت للفروق بين المتوسطات الحسابية وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (38): دلالة الفروق بين مستوى المعرفة المكتسبة حول ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير النوع

النوع	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	17.509	3.763	1.034	398	0.302
أنثى	17.081	3.939			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة المكتسبة للجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير النوع. واتفقت النتائج مع دراسة (أحمد الدوسري 2012) في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع.

وللتحقق من دلالة الفروق تبعًا لمتغير الحالة الاجتماعية تمّ استخدام اختبار ف للفروق بين المتوسطات الحسابية، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (39): دلالة الفروق بين مستوى المعرفة المكتسبة حول ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
أعزب	16.944	3.837	5.900	3	0.001
متزوج	18.173	3.573			
أرمل	15.333	1.033			
مطلق	14.600	5.441			

نتائج الدراسة الميدانيّة

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية، وتبين من نتائج اختبار شافييه أن هذه الفروق كانت بين فئة المتزوجين والأرامل لصالح المتزوجين، وبين فئة المتزوجين والمطلقين لصالح المتزوجين. وهذه النتيجة تشير إلى أن الحالة الاجتماعية تؤثر على مستوى معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني. واختلفت النتائج مع دراسة (أحمد الدوسري 2012) في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية، وربما يرجع ذلك إلى وجود بعض الموضوعات ذات الصلة بالاسرة وأهميتها، واهتمام الدولة بالضمان الاجتماعي.

وللتحقق من دلالة الفروق تبعًا لمتغير السن تم استخدام اختبار ف للفروق بين المتوسطات الحسابية، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (40): دلالة الفروق بين مستوى المعرفة المكتسبة حول ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير السن

السن	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
أقل من 20 سنة	15.255	4.147	11.324	3	0.000
من 20- لأقل من30 سنة	17.005	3.748			
من30- لأقل من 40 سنة	18.733	3.360			
40 سنة فأكثر	17.546	3.682			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير السن، وتبين من نتائج اختبار شافييه أن هذه الفروق كانت بين فئة من30- لأقل من 40 سنة، وأقل من 20 سنة لصالح من30- لأقل من 40 سنة، وبين فئة 40 سنة فأكثر وأقل من 20 سنة لصالح 40 سنة فأكثر. وهذه النتيجة تشير إلى أن السن يؤثر على مستوى معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني.

وللتحقق من دلالة الفروق تبعًا لمتغير المستوى التعليمي تم استخدام اختبار ف للفروق بين المتوسطات الحسابية، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (41): دلالة الفروق بين مستوى المعرفة المكتسبة حول ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ثانوية عامة فأقل	15.825	4.054	25.784	3	0.000
دبلوم	15.521	3.119			
بكالوريوس	18.147	3.311			
دراسات عليا	19.622	3.491			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير المستوى التعليمي، وتبين من نتائج اختبار شافييه أن هذه الفروق كانت بين حملة مؤهل دراسات عليا وبكالوريوس وحملة مؤهل ثانوية عامة فأقل، لصالح حملة مؤهل دراسات عليا وبكالوريوس، بين حملة مؤهل دراسات عليا وبكالوريوس وحملة مؤهل دبلوم لصالح حملة مؤهل دراسات عليا وبكالوريوس. وهذه النتيجة تشير إلى أن المستوى التعليمي يؤثر على مستوى معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لميثاق العمل الوطني والمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، الحالة الاجتماعية، والمستوى التعليمي).

جدول رقم (42): دلالة الفروق بين اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير النوع

النوع	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	3.312	0.669	-0.271	398	0.787
أنثى	3.332	0.664			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير النوع، وتتفق النتائج مع دراسة (أحمد الدوسري 2012) بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول الصحف المحلية للقضايا الاجتماعية ومتغير النوع.

وللتحقق من دلالة الفروق تبعا لمتغير الحالة الاجتماعية تم استخدام اختبار ف للفروق بين المتوسطات الحسابية، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (43): دلالة بين اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
أعزب	3.295	0.697	0.646	3	0.586
متزوج	3.328	0.648			
أرمل	3.615	0.119			
مطلق	3.462	0.484			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية، واتفقت النتائج مع دراسة (نورة الجزاف 2012) في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير الحالة الاجتماعية.

وللتحقق من دلالة الفروق تبعًا لمتغير السن تم استخدام اختبار ف للفروق بين المتوسطات الحسابية، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (44): دلالة الفروق بين اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير السن

السن	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
أقل من 20 سنة	3.108	0.618	3.465	3	0.016
من 20- لأقل من30 سنة	3.419	0.688			
من30- لأقل من 40 سنة	3.254	0.658			
40 سنة فأكثر	3.283	0.586			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير السن، وتبين من نتائج اختبار شافييه أن هذه الفروق كانت بين فئة من 20- لأقل من 30 سنة، وأقل من 20 سنة لصالح من20- لأقل من 30 سنة.

وللتحقق من دلالة الفروق تبعًا لمتغير المستوى التعليمي تم استخدام اختبار ف للفروق بين المتوسطات الحسابية، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (45): دلالة الفروق بين اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ثانوية عامة فأقل	3.328	0.731	10.156	3	0.000
دبلوم	2.964	0.616			
بكالوريوس	3.384	0.627			
دراسات عليا	3.515	0.588			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير المستوى التعليمي، وتبين من نتائج اختبار شافييه أن هذه الفروق كانت بين حملة مؤهل دراسات عليا وبكالوريوس وحملة مؤهل دبلوم لصالح حملة مؤهل دراسات عليا وبكالوريوس. وهذه النتيجة تشير إلى أن المستوى التعليمي يؤثر على اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني. واتفقت النتائج مع دراسة (نورة الجزاف 2012) على وجود دلالة إحصائية جاءت لصالح المؤهل الجامعي لمتغير المستوى التعليمي.

نتائج الدراسة الميدانيّة

نتائج الدراسة وتوصياتها

يستعرض الباحث في الفصل الحالي أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وتقديم عدد من التوصيات:

أولا: نتائج الدراسة:

1. أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور البحريني للحصول على المعلومات وأكثرها استخدامًا وتعرضًا ومتابعةً لها هي «القنوات الفضائية»، تلاها «الصحف».

2. عن طبيعة أوقات المتابعة تبين أن أكثر وسيلة إعلام يتابعها الجمهور البحريني في فترة الظهيرة هي «الصحف»، والفترة الصباحية «الراديو»، وفي الفترة المسائية» القنوات الفضائية»، وفي السهرة أيضًا «القنوات الفضائية». خصوصًا إن غالبية الجمهور البحريني لا يفضّل أيامًا بعينها لمتابعة وسائل الإعلام. وأن من أهم دوافع الجمهور البحريني لمتابعة وسائل الإعلام هي أنها تساعده على فهم الواقع من حوله»، ثم «تساعده في الحصول على المعلومات، ثم «قدرتها على التغطية الفورية للأحداث».

3. أكثر الأخبار والموضوعات التي يفضل الجمهور البحريني متابعتها من خلال وسائل الإعلام هي «الدراما (عربية/ أجنبية)»، ثم «البرامج الرياضية»، ثم «النشرات الإخبارية»، ثم «برامج الترفيه والتسلية»، ثم «البرامج السياسية».

4. إن غالبية الجمهور البحريني يهتم بمتابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام وإن أكثرها متابعة هي «الأمن الوطني»، تلاها «المقومات الأساسية للمجتمع»، ثم «الحياة النيابية، في المقابل فقد بلغت نسبة من لا يهتم بمتابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام (8.5%) فقط من عيّنة الجمهور البحريني.

5. إن (46.00%) من عيّنة الجمهور البحريني تقوم بمناقشة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، وأكثر فئة يناقش معها الجمهور البحريني هذه الأخبار والموضوعات هي «الأصدقاء»، ثم «زملاء العمل»، وفي المقابل إن ما نسبته (54.00%) من عيّنة الجمهور البحريني لا تقوم بمناقشة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، وكان أكثر سبب يدفعهم لذلك هو عدم وجود فائدة من ذلك، ثم عدم الرغبة في مناقشتها.

6. إن أكثر وسيلة إعلامية يعتمد عليها الجمهور البحريني للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني هي «الصحف»، تلاه في المرتبة الثانية «التلفزيون المحلي»، ثم «القنوات الفضائية».

7. إن غالبية الجمهور البحريني يحرص على متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، فقد بلغت نسبة من لا يحرص على متابعة هذه الأخبار والموضوعات (10.75%) فقط من عينة الجمهور البحريني.

8. إن ما نسبته (72.0%) من عينة الجمهور البحريني يستفيد من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، وكانت أكثر أوجه استفادة هي «اكتساب معرفة ومعلومات جديدة»، ثم «تزيد من وعيي بما يدور حولي من قضايا»، أمّا عن أسباب عدم الاستفادة فكانت «لا أهتم بها شخصيًا»، ثم «السطحية في تناول الأخبار والموضوعات».

9. إنّ ما نسبته (27.0%) من عيّنة الجمهور البحريني يثق بدرجة كبيرة في وسائل الإعلام للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، وما نسبته (54.2%) منهم يثق بدرجة متوسطة، وما نسبته (13.8%) منهم يثق بدرجة ضعيفة، في حين بلغت نسبة من لا يثق بها إطلاقًا (5.00%) من العيّنة.

10. إن أكثر اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني هي «تعرض وجهات النظر المختلفة حوله»، ثم «تسهم في توعية الجمهور بالجوانب الإيجابية حوله»، ثم «تقوم بعرض آراء خبراء ومتخصصين لتحليل الموضوعات المتعلقة فيه».

11. إنّ أكثر المصادر التي يعتمد عليها الجمهور البحريني لمتابعة الموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني هي «الصحف» بنسبة (38.5%)، تلاها «التلفزيون المحلي» بنسبة (35.5%)، ثم «القنوات الفضائية» بنسبة (14.5%).

12. إنّ أكثر المصادر التي يعتمد عليها الجمهور البحريني لمتابعة الموضوعات المتعلقة بـ «المقومات الأساسية للمجتمع» و«نظام الحكم» هي «التلفزيون المحلي»، ثم «الصحف». وفي المقابل تعتبر أكثر المصادر التي يعتمد عليها لمتابعة الموضوعات المتعلقة بـ «الأسس الاقتصادية للمجتمع» و«الأمن الوطني» و«العلاقات الخليجية» هي «الصحف»، ثم «التلفزيون المحلي».

13. عن طبيعة مستوى معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني فقد بلغت نسبة المعرفة به (72.75%). وأكثر محتوى من محتويات ميثاق العمل الوطني يعرفه الجمهور البحريني هو «يهدف الحكم إلى صيانة البلاد، ورفعة شأن الدولة والحفاظ على الوحدة الوطنية»، تلاه «تساند مملكة البحرين كل قضايا الحق العربي»، ثم «سيادة القانون من أساس الحكم في مملكة البحرين»، ثم «تأخذ مملكة البحرين بنظام المجلسين الأول مجلس للشورى والثاني مجلس النواب»، وفي المقابل يعتبر أقل محتوى من محتويات ميثاق العمل الوطني يعرفه الجمهور البحريني هو «لا تكفل الدولة حرية تكوين الجمعيات الأهلية والعلمية والثقافية والمهنية والنقابات»، تلاه «غير ملزم على الدولة أن تعمل على الاهتمام بالموارد الطبيعية والبيئية»، ثم «يعتمد نظام الحكم على مبدأ الفصل بين السلطتين التشريعية والتنفيذية».

نتائج الدراسة الميدانيّة

14. تبين عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين تعرض الجمهور البحريني لوسائل الإعلام ومستوى معرفتهم بميثاق العمل الوطني، فى حين وجدت علاقة ارتباطية بين اهتمام الجمهور البحرينى بالموضوعات ميثاق العمل الوطني ومستوى المعرفة المكتسبة.

15. وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، ومستوى المعرفة بميثاق العمل الوطني، كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا بين مستوى المعرفه بميثاق العمل الوطني والمستوى الاجتماعي الاقتصادي للجمهور البحريني، وهذا يؤيد فرض النظرية بأن يزيد من مستوى معرفتهم كلّما ارتفع مستواهم الاجتماعي والاقتصادي

16. عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي للجمهور البحريني.

17. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير النوع، فى حين وجدت فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية لصالح فئة المتزوجين، ولمتغير السن لصالح 30 سنة فأكثر، ولمتغير المستوى التعليمي لصالح حملة مؤهل دراسات عليا والبكالوريوس.

18. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغيرات النوع والحالة الاجتماعية، فى حين وجدت فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور البحريني نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني تعزى لمتغير السن لصالح من 20- لأقل من 30 سنة، وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير المستوى التعليمي لصالح حملة مؤهل دراسات عليا والبكالوريوس.

ثانياً: توصيات الدراسة.

بناء على نتائج الدراسة يوصي الباحث بما يلي:

1. ضرورة تركيز وسائل الإعلام على تفسير ميثاق العمل الوطني، لما تبين من النتائج من أنها لا تقوم بهذا الدور كما ينبغي.
2. زيادة اهتمام وسائل الإعلام المحلية بتحليل القضايا بشكل جيد، حيث أظهرت النتائج أن الجانب التحليلي في تناول القضايا والموضوعات يوجد به قصور.
3. ينبغي على وسائل الإعلام المحلية أن تناقش الموضوعات والآراء بحيادية وموضوعية وأن تتمتع بالمصداقية في ذلك.
4. أن تراعي وسائل الإعلام المحلية التغطية الشاملة في عرض الموضوعات بحيث لا تكتفي بعرضها بصورة مقتضبة كما أظهرت نتائج هذه الدراسة.
5. ضرورة أن تركز وسائل الإعلام المحلية على تقديم حلولٍ واقعية للمشكلات التي تواجه المجتمع البحريني، حيث يوجد قصور في هذا الدور كما أظهرت النتائج.
6. أن تعمل وسائل الإعلام المحلية على زيادة معرفة الجمهور البحريني بميثاق العمل الوطني، حيث أظهرت النتائج أن دور وسائل الإعلام في هذا المجال يوجد به قصور واضح.

اختلاف المعرفة المكتسبة من وسائل الإعلام بين الجمهور البحريني

مراجع الدراسة

مراجع الدراسة

أولاً: المراجع العربية

بحوث ودراسات غير منشورة (الرسائل العلمية، ماجستير، دكتوراه):

1- نورة محمد أحمد الجزاف. انعكاسات تعرض الشباب البحريني للإنترنت وعلاقته بمستوى المعرفة عن الأحداث الخارجية، رسالة ماجستير، غير منشورة (الجامعة الأهلية: كلية الآداب والعلوم والتربية، 2012).

2- أحمد راشد الدوسري. تعرض الجمهور البحريني للصحف المحلية وعلاقته بمستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية، رسالة ماجستير، غير منشورة (الجامعة الأهلية: كلية الآداب والعلوم والتربية، 2012).

3- ربا فيصل البرجس. تعرض الجمهور الكويتي لوسائل الإعلام وعلاقته بمستوى المعرفة بالأحداث الخارجية، رسالة ماجستير، غير منشورة (الجامعة الأهلية: كلية الآداب والعلوم والتربية، 2011).

4- ريم إسماعيل عبود. العلاقة بين التقنيات الحديثة المستخدمة في القنوات الإخبارية العربية ومستوى المعرفة لدى جمهور العربية والجزيرة حول الأحداث الجارية، رسالة دكتوراة، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2008).

5- بشار عبد الرحمن أحمد مظهر. دور التلفزيون في تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمنية نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراة، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2007).

6- عماد عبد المقصود شلبي. علاقة التعرض للبرامج الصحية بالقنوات التليفزيونية العربية بمستوى المعرفة الصحية لدى الجمهور المصري، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2007).

7- وسام محمد أحمد نصر. دور حملات التوعية في الراديو والتليفزيون في التثقيف الصحي للمرأة المصرية، رسالة دكتوراة، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2006).

8- سامية دسوقي عيد. دور التلفزيون في إمداد المرأة المصرية بالمعلومات البيئية، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2005).

9- محمد عبد الوهاب فقيه. العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع المدني، رسالة دكتوراة، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2002).

10- أمل جابر صالح. دور الصحف والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الخارجية، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1996).

مراجع الدراسة

11- مصطفى عبد الفتاح محمد. أثر نشرات الأخبار وبرامج الأحداث الجارية في التلفزيون في تزويد المشاهدين بالمعلومات والأفكار، رسالة دكتوراة، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1987).

12- إيناس إبراهيم بن تركي. دور وسائل الإعلام في تنمية وعي الجمهور البحريني بأنظمة التأمين الاجتماعي، رسالة ماجستير، غير منشورة (الجامعة الأهلية: كلية الآداب والتربية، 2012).

13- ثائر عبد الفتاح محمود. العملية الانتخابية في البحرين وأثرها في التحول الديمقراطي خلال الفترة من 2006 - 2010، رسالة ماجستير، غير منشورة (القاهرة: جامعة الدول العربية، 2012).

بحوث ودراسات منشورة (المؤتمرات/المجلات العلمية المحكمة):

1- غادة عبد التواب اليماني. المعرفة المكتسبة من الصحف المحلية عن أنشطة العمل الخيري لدى القراء المهتمين بخدماته، دراسة تطبيقية مقارنة بين جريدتي الأخبار والمصري اليوم، المجلة العربية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، العدد السابع، مايو 2011.

2- وليد وادي النيل. علاقة التعرض لوسائل الإعلام بمستويات التعصب الاجتماعي لدى الجمهور، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن، العدد الرابع (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر- ديسمبر 2007).

3- همت حسن السقا. اختلاف المعرفة المكتسبة من وسائل الإعلام بالتطبيق على العنف ضد المرأة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2007).

4- رفعت محمد البدري. العلاقة بين التعرض لصفحات تكنولوجيا المعلومات والإنترنت في الصحف العربية ومستوى المعرفة لدى الشباب العربي بتطبيقات الإنترنت، المؤتمر العلمي الثاني عشر (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2006).

5- شيماء ذو الفقار. العلاقة بين التعرض للمواد الإخبارية في التلفزيون ومستوى الكفاءة السياسية لدى الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2005).

6- هالة كمال أحمد نوفل. دور القنوات الفضائية العربية في دعم القيم والقضايا القومية- دراسة ميدانية على عيّنة من الجمهور في محافظة قنا، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السادس، العدد الأول (جامعة القاهرة: كليّة الإعلام، يناير - يونيو 2005).

7- فؤاد بكري. التعليم والإعلام وتشكيل الوعي الثقافي للطفل، المؤتمر العلمي الأول.(جامعة القاهرة: كلية رياض الأطفال، 1996).

8- محمد سعد أبو عامود. التطور السياسي في مجلس التعاون الخليجي، مجلة شئون خليجية، العدد 35 (الكويت: مركز الخليج للدراسات الاستراتيجية، 2003).

9- عبد الرحمن النعيمي، «مطلب الديمقراطية وحقوق الإنسان وتنمية المجتمع المدني»، مجلة المستقبل العربي، العدد 813 (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2005) ص 79.

10- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 7 فبراير 2001) العدد: 2463.

11- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 14 فبراير 2002) العدد 2465.

12- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 18 أغسطس 1999) العدد 2386.

13- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام،13 أكتوبر 1999) العدد: 2394.

14- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام،7 فبراير 2001) العدد: 2463.

15- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 21 فبراير 2001) العدد: 2465.

16- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 28 فبراير 2001) العدد 2466.

17- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام،4 إبريل 2001.) العدد: 2465.

18- الجريدة الرسمية (المنامة: هيئة شؤون الإعلام، 30 يناير 2002) العدد: 2514.

الكتب العربية:

1- محمد بن عبد العزيز الحيزان. البحوث الإعلامية: أسسها - أساليبها - مجالاتها، ط 2 (الرياض: مطبعة سفير، 2003).

2- سمير حسين. بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط 2 (القاهرة: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 2006).

3- سمير حسين. بحوث الإعلام: الأساس والمبادئ ط 1 (القاهرة: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1991).

4- محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 1 (القاهرة: عالم الكتب، 2000).

5- عاطف عدلي العبد. الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية (القاهرة: دار الفكر العربي، 1989).

مراجع الدراسة

6- السيد عبد العاطي السيد. علم اجتماع المعرفة (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 1998).

7- فرج كامل. بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها، ط 1 (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2001).

8- محمد شفيق. البحث العلمي مع تطبيقات في مجال الدراسات الاجتماعية (الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2006).

9- أحمد بدر. مناهج البحث والاتصال والرأي العام والإعلام الدولي (القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998).

10- همت حسن عبد المجيد. دراسات في نظريات الإعلام، ط 1 (القاهرة: مصر العربية للنشر والتوزيع، 2009).

11- محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام اتجاهات التأثير، ط 3 (القاهرة: عالم الكتب، 2004).

12- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 8 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009).

13- سوزان القليني. علم النفس الإعلامي، المداخل النفسية للإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية، 2002).

14- مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد. نظريات الاتصال (القاهرة: دار النهضة العربية، 2006).

15- محمد معوض وعبد الباسط وعبد الجليل ونبيل جردي. دراسات إعلامية، الجزء الثاني (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 1998).

16- عاطف العبد ونهى العبد. نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية (القاهرة: دار الفكر العربي، 2008).

17- همت حسن السقا. دراسات في الإعلام الدبلوماسي والعلاقات العامة (القاهرة: مصر العربية للنشر والتوزيع، 2010).

18- سمير محمد حسين. الرأي العام - الأسس النظرية والجوانب المنهجية، ط 1 (القاهرة: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1997).

19- محمد نصر مهنا. مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير (الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب، 2007).

20- جمال مجاهدون وشدوان شيبه وطارق الخليفي، مدخل إلى الاتصال الجماهيري (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2008).

21- عزام أبو الحمام. الإعلام الثقافي جدليات وتحديات، ط 1 (دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010).

22- علي عجوة. الإعلام وقضايا التنمية، ط 2 (القاهرة، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 2008).

23- سليمان صالح. ثورة الاتصال وحرية الإعلام، ط 1 (الكويت: دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2007).

24- إبراهيم إمام. الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة: الأنجلو المصرية، 1996).

25- صالح أشرف وعلم الدين محمود. مقدمة في الصحافة.(القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000) ص 53.

26- مصطفى، إبراهيم وآخرون. المعجم الوسيط (القاهرة: مطبعة مصر، 1960).

27- دوريش جرابر ومؤلفون آخرون. سياسة الأخبار وأخبار السياسة، ترجمة زين نجاتي (القاهرة: مكتبة الشرق الدولية، 2004) ص 35.

28- محمود علم الدين. مقدمة في الصحافة (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009).

29- محمد منير حجاب. وسائل الاتصال- نشأتها وتطورها (دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008).

30- إبراهيم إمام. دراسات في الفن الصحفي (القاهرة: الأنجلو المصرية، 1991).

31- صالح أبو إصبع. إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي (دمشق: دار دمشق للطباعة والصحافة والتوزيع، 1984).

32- فريزر بوند. مدخل إلى الصحافة، ترجمة: راجي صهيون (بيروت: مؤسسة بدران وشركاه، 1964).

33- ماجي الحلواني. تكنولوجيا الإعلام في المجال التعليمي والتربوي (القاهرة: دار الفكر العربي، 1988).

34- الدسوقي عبده إبراهيم. وسائل أساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية (دمشق: دار دمشق للطباعة والصحافة والتوزيع، 2004).

35- حسن شحاته سعفان. التلفزيون والمجتمع، ط 1 (القاهرة: مطبعة دار التأليف والنشر، 1986).

36- منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي. الإعلام والمجتمع، ط 1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2004).

37- رضا هاني. الرأي العام والدعاية (القاهرة: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1998).

38- فاروق البوهي وفوزية الشنو. وسائل الإعلام المرئي وأثرها على شخصية الطفل العربي وثقافته (القاهرة: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1996).

مراجع الدراسة

39- سوزان القليني. تكنولوجيا الاتصالات ونظم المعلومات (القاهرة: دار النهضة العربية، 2004).

40- محمد بن جاسم الغتم ومحمد نعمان جلال. نظرة استراتيجية على مملكة البحرين والمنطقة العربية في إطار دولي. ط 2 (المنامة: مركز البحرين للدراسات الاستراتيجية، 2004).

41- محمد نعمان جلال. النظام السياسي في مملكة البحرين، ط 2 (المنامة: مركز البحرين للدراسات والبحوث، 2007).

42- صقر عيد. الأبعاد التاريخية والقانونية لميثاق العمل الوطني، ط 1، 2008.

43- مجموعة من الباحثين. التعليم والعالم العربي: تحديات الألفية الثالثة، ط 1 (أبوظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، 2000).

44- محمد أحمد عبد الله وبشير زين العابدين. تاريخ البحرين الحديث (البحرين، جامعة البحرين: مركز الدراسات التاريخية، 2009).

45- وزارة الإعلام شئون الإعلام الخارجي. ملك وخمس سنوات من الإنجازات، ط 1 (البحرين: المطبعة الحكومية، 2004).

المراجع الأجنبية:

الدراسات المنشورة:

1-Jeffres, Leo w.: Neuendrof, Kimberly; Atkin, David J.2012, Knowledge Fromth Media in the Internet Agem Communication Quarterly, Jan 2012, Vol. 60.

2-Marta, fraile, 2011, Widening or Reducing the Knowledge Gap? Testing the Media Effects on Political Knowledge in spain (2004-2006). International Journal of Press/Politics.Vol. 16.

3-Buchthal O.Venessa, Amy L.and Others (2011) Avoiding a Knowledge Gap in a Multiethnic statewide social marketing compaign: is cultural tailoring sufficient. Journal of Health Communication, Vol.16.

4-Nash, J., Hoffman, L.H. (2009). Explaining the gap; The interaction of gander and news enjoyment in predicting political knowledge. Communication Research Reports, 26 (2).

5-Cho, J., Mcleod, D.m. (2007). Structural antecedent to knowledge and participation: Extending the knowledge gap concept to participation, Journal of Communication, 57.

6-Susan, B. Neuman (2005) The Knowledge Gap: Implications for Early Education, Unublished Research.

7-LeHreron, j & Sligo, F. (2005) Acquisition ofSimple and Complex Knowledge, Knowledge Gap Perspective, Jounal of Educational Technology & Society, 8 (2).

8-Thomas S. M. Holbrook (2002). Presidential Campaigns and Knowledge Gap, Knowledge Gap, Journal of Political Communication, 19.

9-Kim-Eunyi(2001)."Dissecting the puzzle of Knowledge Gap:Medai and the internet in the political Knowledge Gap in the 2000 presidential Election Campaign, PHD. Degree, Syracuse University, Dissertation Absternal,vol.62-09A.

10-William p. Eveland, JR,Dietream A.scheufele (2000), 'Connecting news media use with gaps in Knowledge and participation ' Political Communication, Vol 17(3).

11-Maria Elizabeth Grabe (etal) (2000).Cognitive Access to negatively Arousing news an Experimental Investigation of the Knowledge Gap, Communication Research ,Vol.27(1).

مراجع الدراسة

12-Nujin Kwak(1999). Revisiting the Knowledge Gap Hypothesis, Communication Research, Vol, 26(4).

13-Gajiano C., (1983) The Knowledge Gap: An Analytical Review of Medai Effects. Communiaction Research "Communication Research" Vol 10.

14-Robinson J.(1967),"World Affairs Information and Mass Media Exposure"Journalism Quarterly, vol. 44.

15-G. A,Donohue et al .,(1986) "Metro Daily Pull Back & Knowledge Gap Within & Between Communication Research, Vol. 13.

16-Ehama J. and f. kline (1977). Deficits, Differences & Ceilings: Contingent Conditions For Understanding the Knowledge Gap" Communication Research, Vol. 4.

17-Genove B. & B. Greenbeng (1979). Interest in News & The Knowledge Gap"Public Opinion Quarterly, Vol.43.

18-Gandy H. &M.Elwaylly (1985).The Knowledge Gap & Foreigen Affairs: The Palestinian Israeli Conflict. "Journalism Quarterly" Vol. 62(4).

19-Donohue G. , P. Tichenor & C. Olien (1975) "Mass Medai & The Knowledge Gap: Hypothesis Reconsidered"Communiaction Research, Vol.2.

20-Gazizno, C. (1983) Neighbor hood News Papers, Citizen Groups & Know Ledge Gaps in Public Affairs Issue Journalism Quarterly. Vol.No.3.

21-Mcleod J. & D. Mcdonland (1985). Beyond Simple Exposure Medai Orientation & Heir Impact on Political Processes, Communication Research, Vol 12.

22-Horstmann, R. (1991). "Knowledge Gaps Revistited: Secondary Analysis From Germany, European Journal Of Communication, Vol. 6.

23-Hewi Lo. V. (1994)."Medai Use Inolvment & Knowlegde Of the Gulf War"Journalism Quarterly, Vol.7(1).

الكتب الأجنبية:

1-Phillips, Estelle M,Pugh D. (1996). How to Get a ph D: A Handbook for student and Their Supervisors New Dechi: UBS Publishers Distridutors LTD.

2-Tichenor P,G. Donohue & C. Olien (1973). Mass Media Knowledge and Social Control, Journalism Quarterly, vol.50.

3-Denis Mcquail &Sven Windahl (1983). Communication Models. London:Longman.

4-Grabber D.,(1988). Processing The New: How People Tame The Information Tide, Now York: Long Man.

5-Tan. A. (1985). Mass Communication Theories & Research. New York: John Wiely & Sons Inc.

6-Visawananth,K. & Finnegan, J. R. (1996), The Knowledge Gap Hypothesis: Twnty- Five Years Later.In B. R. Burloeson(eds), Communication Year Book 19 (Thousands Oaks, CA: sage).

7-Mc Quail,D. & S. Windahl (1993). Communication Models: For The study Of Mass Communication, London: Long man.

مراجع الدراسة

المواقع الإلكترونية:

1- http://30dz.justgoo.com/t139-topic:2012 مفهوم وسائل الإعلام: 6 أغسطس

2- http://www.bna.bh/portal/news/4942792012 وكالة أنباء البحرين: 1 نوفمبر

3- http://www.cio.gov.bh/cio_ara/SubDetailed.aspx?subcatid=59425 الجهاز المركزي للإحصاء نوفمبر 2012م

4- http://communication.akbarmontada.com/t181-topic

5- http://www.ejtemay.com/showthread.php?t=42902

6- http://mkleit.wordpress.com/2012/06/01/

7- http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=218594&eid=584:الأهرام الرقمي مقالات وكتاب 25 نوفمبر 2012م

اختلاف المعرفة المكتسبة من وسائل الإعلام بين الجمهور البحريني

ملاحق الدراسة

ملاحق الدراسة

ملحق رقم (1): صحيفة الاستبيان

استمارة استبيان بحث

بعنوان

اختلاف المعرفة المكتسبة من وسائل الإعلام بين الجمهور البحريني

ميثاق العمل الوطني نموذجًا.

إعداد

نـواف أحمـد عبـد اللّه

أكتوبر 2012

بيانات هذه الاستمارة سريّة، ولا تستخدم إلّا في أغراض البحث العلمي.

بسم الله الرحمن الرحيم

أخي الفاضل، أختي الفاضلة،،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،، وبعد

يعدّ الاستبيان إحدى أهم الأدوات التي يمكن من خلالها التعرف على توجهات واتجاهات وآراء الجمهور تجاه موضوع أو قضية ما، ولمّا كان لهذه الأداة دورها في تجميع المعلومات بدقة وموضوعية؛ ولكونها جزءًا أساسيًّا في هذه الدراسة، كمتطلب للحصول على درجة الماجستير في الإعلام والعلاقات العامة من الجامعة الأهلية.

فإننا نرجو من حضرتكم التكرم بملء هذه الاستمارة بكل صراحة ودقة، ووضع علامة (✓) أمام الإجابة التي تتفق مع رأيك، مع عدم ترك أي أسئلة بدون الإجابة عليها، علمًا بأن هذه الإجابات مجرد آراء شخصية، أي لا تعني الخطأ والصواب.

وشكرًا على حسن تعاونكم.

الباحث

نواف أحمد عبد الله

ملاحق الدراسة

1- ما هي أهم وسائل الإعلام التي تعتمد عليها للحصول على المعلومات؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

وسائل الإعلام	R
التلفزيون المحلي	
الراديو	
الصحف	
المجلات	
القنوات الفضائية	

2- ما معدل استخدامك لكل وسيلة من هذه الوسائل بشكل عام؟

وسائل الإعلام	دائمًا	أحيانًا	نادرًا	لا أستخدم
التلفزيون المحلي				
الراديو				
الصحف				
المجلات				
القنوات الفضائية				

3- ما عدد الساعات التي تقضيها في التعرض لوسائل الإعلام يوميًا؟

وسائل الإعلام	أقل من ساعة	من ساعة إلى أقل من ساعتين	من ساعتين إلى أقل من 4 ساعات	4 ساعات فأكثر	لا أتابعها
التلفزيون المحلي					
الراديو					
الصحف					
المجلات					
القنوات الفضائية					

4- ما هو عدد الأيام التي تتابع فيها وسائل الإعلام في الأسبوع؟

وسائل الإعلام	الأيام				
	يوم واحد	من يومين إلى ثلاثة	من 4 إلى 5 أيام	يوميًا	حسب الظروف
التلفزيون المحلي					
الراديو					
الصحف					
المجلات					
القنوات الفضائية					

5- ما هي أفضل الأوقات التي تتابع فيها وسائل الإعلام؟

وسائل الإعلام	الفترة				
	الفترة الصباحية 6-10 ظهرًا	فترة الظهيرة 10- 4 عصرًا	الفترة المسائية 4- 10 مساءًا	السهرة 10 - 6 صباحًا	حسب الظروف
التلفزيون المحلي					
الراديو					
الصحف					
المجلات					
القنوات الفضائية					

6- هل يوجد أيام مفضلة لمتابعة وسائل الإعلام؟

- نعم ☐ (انتقل للسؤال رقم 7)
- لا ☐ (انتقل للسؤال رقم 9)

ملاحق الدراسة

7- ما هي أفضل الأيام التي تفضل فيها متابعة وسائل الإعلام؟

- أيام الإجازات ☐
- أيام العمل ☐
- جميع أيام الأسبوع ☐

8- ما أسباب متابعتك لوسائل الإعلام في تلك الأيام؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

الأسباب	R
يوم الإجازة الأسبوعية	
تقدم برامج تعجبني	
يوم تجمع الأهل والمعارف	
أكون برفقة أصدقائي	

9- رتب وسائل الإعلام حسب أهميتها بالنسبة لك من (1 إلى 5)؟

وسائل الإعلام	الترتيب
التلفزيون المحلي	
الراديو	
الصحف	
المجلات	
القنوات الفضائية	

10- ما أسباب متابعتك لوسائل الإعلام؟

العبارة	موافق جدًا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق على الإطلاق
تساعدني على فهم الواقع من حولي					
تقوم بإزالة الغموض عن القضايا المختلفة					
تساعدني في الحصول على المعلومات					
قدرتها على تفسير الأحداث الجارية					
تقدم وجهات النظر الموضوعية المختلفة					
تراعي التغطية الشاملة في عرض الموضوعات					
تهتم بتحليل القضايا بشكل جيد					
تناقش الموضوعات والآراء بحيادية					
قدرتها على التغطية الفورية للأحداث					

11- ما هي الأخبار والموضوعات التي تفضل متابعتها من خلال وسائل الإعلام؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

المواد والموضوعات	R
النشرات الإخبارية	
البرامج السياسية	
البرامج الدينية	
البرامج الرياضية	
البرامج الاقتصادية	
برامج الترفيه والتسلية	
الدراما (عربية / أجنبية)	
برامج البث المباشر	
أخرى تذكر	

12- هل أنت مهتم بمتابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام؟

- أهتم دائمًا بمتابعتها ☐
- أهتم إلى حد ما بمتابعتها ☐
- أهتم نادرًا بمتابعتها ☐
- لا أهتم بمتابعتها ☐

13- ما الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني التي تفضل متابعتها في وسائل الإعلام؟

برجاء ترتيبها بحسب الأهمية من (1-7)

الأخبار والموضوعات	الترتيب
المقومات الأساسية للمجتمع (أهداف الحكم، كفالة الحريات الشخصية، حرية العقيدة والتعبير)	
نظام الحكم (شكل الدولة الدستوري، الفصل بين السلطات، سيادة القانون واستقلال القضاء)	
الأسس الاقتصادية للمجتمع (الملكية الخاصة، الحرية والعدالة الاقتصاديتين، تنويع مصادر الدخل القومي)	
الأمن الوطني (نشر وحفظ النظام والأمن العام، قوة دفاع البحرين، الحرس الوطني، قوات الأمن العام)	
الحياة النيابية (الانتخابات، مجلس النواب، مجلس الشورى)	
العلاقات الخليجية (دعم مجلس التعاون ومساندة القضايا العادلة لدول الخليج العربية)	
العلاقات الخارجية (العلاقات مع الأمة العربية والعالم الإسلامي والمجتمع الدولي)	

14- هل تقوم بمناقشة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني؟

- لا ☐ (أنتقل للسؤال رقم 16)
- نعم ☐ (أنتقل للسؤال رقم 15)

15- مع من تقوم بمناقشة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل).

- الأهل ☐
- الأصدقاء ☐
- زملاء العمل ☐
- زملاء الدراسة ☐

16- لماذا لا تقوم بمناقشة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني؟ (يمكنك اختيار أكثر من بديل).

- لا أجد وقتًا لذلك ☐
- لا أحب مناقشتها ☐
- لا أجد من أناقشها معه ☐
- لا أرى فائدة من ذلك ☐

17- ما مدى اعتمادك على المصادر الآتية للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني؟

وسائل الإعلام	أعتمد عليها بدرجة كبيرة	أعتمد عليها بدرجة متوسطة	لا أعتمد عليها
التلفزيون المحلي			
الراديو			
الصحف			
المجلات			
القنوات الفضائية			

18-ما مدى حرصك على متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني؟

- أحرص على متابعتها دائمًا ☐
- أحرص على متابعتها أحيانًا ☐
- أحرص على متابعتها نادرًا ☐
- لا أحرص على متابعتها ☐

19- هل تستفيد من متابعتك للأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام؟

- أستفيد ☐ (أنتقل للسؤال رقم 20)
- أستفيد إلى حد ما ☐ (أنتقل للسؤال رقم 20)
- لا أستفيد ☐ (أنتقل للسؤال رقم 21)

20- ما أوجه الاستفادة من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني؟

أسباب الاستفادة	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة قليلة
اكتساب معرفة ومعلومات جديدة			
تعطيني الثقة بالنفس			
تساعدني في مناقشة الموضوعات مع الآخرين			
تزيد من وعيي بما يدور حولي من قضايا			
السهولة في الحصول على معلومات			
تساعدني في تكوين آرائي تجاه الموضوعات			
تقدم حلولًا واقعية لبعض المشكلات التي أواجهها			
أجد تفسيرات عن الموضوعات التي أحتاجها			

21- ما أسباب عدم الاستفادة من متابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني في وسائل الإعلام؟

- تعرض الأخبار والموضوعات بشكل مبالغ فيه ☐
- السطحية في تناول الأخبار والموضوعات ☐
- تخفي بعض الحقائق عن بعض الموضوعات ☐
- تركز على وجهات نظر محددة في عرضها للأخبار والموضوعات ☐
- لا أهتم بها شخصيًا ☐
- طبيعة القضايا مكررة ومملة ☐
- أحصل على المعرفة عن الأخبار والموضوعات عن طرق أخرى ☐

22- إلى أي مدى تثق في وسائل الإعلام للحصول على الأخبار والموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني؟

- أثق بدرجة كبيرة ☐
- أثق بدرجة متوسطة ☐
- أثق بدرجة ضعيفة ☐
- لا أثق بها إطلاقًا ☐

ملاحق الدراسة

23- برجاء تحديد درجة موافقتك على العبارات التالية التي توضح اتجاهاتك نحو تناول وسائل الإعلام لموضوعات ميثاق العمل الوطني

العبارات	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق على الإطلاق
تعرض وجهات النظر المختلفة حوله					
تعالج الموضوعات بكفاءة وواقعية دون تحيز لموضوعات محددة فيه					
تقدم تحليلات وافية ومتعمقة حوله					
تقدم كل ما يحتاجه الجمهور من معلومات بشكل منسق وسهل نحوه					
تسهم في توعية الجمهور بالجوانب الإيجابية حوله					
تخاطب القارئ العادي في عرضها وتحليلها نحوه					
تحرص على التركيز على بعض الموضوعات المتعلقة فيه					
تقوم بتوعية الجمهور بكفاءة الجوانب المتعلقة به					
تتوافر فيها المصداقية العالية					
تركز على الجوانب السلبية المتعلقة فيه					
تقدم تفسيراً لجميع الموضوعات المتعلقة فيه					
تشوه صورة بعض الموضوعات المتعلقة فيه					
تقوم بعرض آراء خبراء ومتخصصين لتحليل الموضوعات المتعلقة فيه					

24- فيما يلي بعض الموضوعات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، يرجى تحديد أهم المصادر التي تعتمد عليها:

الأخبار والموضوعات	التلفزيون المحلي	الراديو	الصحف	المجلات	القنوات الفضائية
المقومات الأساسية للمجتمع					
نظام الحكم					
الأسس الاقتصادية للمجتمع					
الأمن الوطني					
الحياة النيابية					
العلاقات الخليجية					
العلاقات الخارجية					

ملاحق الدراسة

25- فيما يلي بعض العبارات المتعلقة بميثاق العمل الوطني، يرجى تحديد علامة صح أو خطأ

العبارات	صح	خطأ
يعتمد نظام الحكم على مبدأ الفصل بين السلطتين التشريعية والتنفيذية فقط		
سيادة القانون من أساس الحكم في مملكة البحرين		
لكل مواطن حق التعبير عن رأيه بالقول أو بالكتابة فقط		
تعمل الدولة على دعم المواطن بالتدريب المستمر والتدريب التحويلي		
تكفل الدولة تضامن المجتمع في تحمل الأعباء الناجمة عن الكوارث والمحن العامة		
لا يعتبر توفير فرص العمل للمواطنين إلزاميًا على الدولة		
ترعى الدولة العلوم والآداب والفنون وتشجع البحث العلمي		
تأخذ مملكة البحرين بنظام المجلسين الأول مجلس للشورى والثاني مجلس النواب		
لا يقر الميثاق على أن تتحول مملكة البحرين إلى النظام الديمقراطي		
يُعبر الميثاق أن الشعب هو مصدر السلطات جميعًا		
لا تكفل الدولة حرية تكوين الجمعيات الأهلية والعلمية والثقافية والمهنية والنقابات		
تساند مملكة البحرين كل قضايا الحق العربي		
يهدف الحكم إلى صيانة البلاد، ورفعة شأن الدولة والحفاظ على الوحدة الوطنية		
يتمتع المواطنون رجالًا فقط في البلاد بحق التمتع بالحقوق السياسية		
يعين الملك (الأمير سابقًا) رئيس مجلس الوزراء والوزراء		
تعتبر الملكية الخاصة ورأس المال والعمل حقوقًا فردية ذات طبيعة اجتماعية		
لا يشجع ميثاق العمل الوطني على تنويع النشاط الاقتصادي ومصادر الدخل القومي		
غير ملزم على الدولة أن تعمل على الاهتمام بالموارد الطبيعية والبيئية		
للأموال العامة حرمة، وعلى السلطات العامة اتخاذ كل الوسائل التي تكفل صيانتها		
لا يجوز نزع الملكية الخاصة من الأشخاص إلا لأغراض المنفعة العامة		
يقر ميثاق العمل الوطني أن تعمل الدولة على دعم وتعزيز قوة دفاع البحرين والحرس الوطني		
تكفل الدولة حرية العقيدة		
يهدف ميثاق العمل الوطني إلى تحقيق المزيد من التنسيق والتقارب والتكامل في مجلس التعاون الخليجي		
يشجع ميثاق العمل الوطني إلى تحديث التشريعات الاقتصادية		

بيانات المبحوث:

- **النوع:**

ذكر ☐ أنثى ☐

- **الحالة الاجتماعية:**

أعزب ☐ متزوج ☐ أرمل ☐ مطلق ☐

- **السن:**

(أقل من 20 سنة) ☐

(من 20- لأقل من 30 سنة) ☐

(من30- لأقل من 40 سنة) ☐

(من 40 - لأقل من 50 سنة) ☐

(من 50 - لأقل من 60 سنة) ☐

(60 سنة فأكثر) ☐

- **المؤهل الدراسي:**

أقل من ثانوية عامة ☐ ثانوية عامة ☐ دبلوم ☐

بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه ☐

ملاحق الدراسة

- المحافظة :

العاصمة ☐ المحرق ☐ الشمالية ☐

الجنوبية ☐ الوسطى ☐

المستوى الاجتماعي الاقتصادي:

- الدخل:

أقل من 300 دينار ☐

من 300 دينار إلى أقل من 500 دينار ☐

من 500 دينار إلى أقل من 700 دينار ☐

من 700 دينار إلى أقل من 1000 دينار ☐

1000 دينار فأكثر ☐

- نوع ملكية السكن:

تمليك ☐ إيجار ☐

- نوع السكن:

شقة في حي شعبي ☐

شقة في حي متوسط ☐

شقة في حي راقٍ ☐

فيلا ☐

- **هل سبق لك أن سافرت للخارج؟**

نعم ☐ أسباب السفر: (إذا كانت إجابتك نعم):

عمل ☐

سياحة ☐

علاج ☐

تعليم ☐

الحج والعمرة ☐

لا ☐

- **عدد مرات السفر للخارج:**

مرة واحدة ☐

مرتين ☐

أكثر من مرتين ☐

- **تعليم الأم:**

تقرأ وتكتب ☐

ابتدائي ☐

إعدادي ☐

ثانوي ☐

جامعي ☐

دراسات عليا ☐

ملاحق الدراسة

- **تعليم الأب:**

يقرأ ويكتب	☐
ابتدائي	☐
إعدادي	☐
ثانوي	☐
جامعي	☐
دراسات عليا	☐

- **الأجهزة التي تملكها: (يمكن اختيار أكثر من بديل)**

كمبيوتر محمول	☐	كاميرا فيديو	☐
كمبيوتر عادي	☐	سيارة خاصة بك	☐
أكثر من سيارة	☐	كاميرا تصوير ديجتال	☐
آيفون أو بلاكبيري	☐	جهازIPAD	☐

وشكرًا لحسن تعاونكم.

آخر إصداراتنا























bipd.org



@bipdbh